

Mémoire sur la situation de la bande dessinée au Québec et au Canada

présenté par
l'Association des créateurs
et des intervenants
de la bande dessinée
(ACIBD)

préparé et rédigé par
Jacques Samson

version mise à jour
été 1991

*Le présent mémoire ne peut être reproduit et diffusé
sans l'autorisation de l'ACIBD.*

© Jacques Samson et l'Association des créateurs
et des intervenants de la bande dessinée (ACIBD)

Mémoire sur la situation de la bande dessinée au Québec et au Canada

Résumé

Commandé par l'Association des créateurs et des intervenants de la bande dessinée (ACIBD), le présent mémoire a pour objectif d'offrir un tour d'horizon large et complet sur le contexte de la bande dessinée au Québec et au Canada. Il se divise en trois parties : la première est consacrée à l'examen des particularités de la bande dessinée en tant que moyen d'expression artistique à part entière et à son développement dans le monde actuel ; la seconde dresse un bref historique de la bande dessinée au Québec et au Canada, en mettant l'accent sur les difficultés auxquelles elle est confrontée ; enfin, la troisième propose un ensemble de recommandations visant à convaincre le gouvernement de l'urgence du soutien qu'il doit apporter à la bande dessinée, afin d'assurer son développement et son épanouissement, comme il le fait pour les autres domaines artistiques.

Association des créateurs et des intervenants
de la bande dessinée
ACIBD

Préambule

L'Association des créateurs et des intervenants de la bande dessinée (ACIBD) est un organisme sans but lucratif qui a été créé dans le but d'encourager la réalisation, l'édition, la diffusion et la promotion de la bande dessinée québécoise et canadienne. L'ACIBD a donc pour mission de coordonner l'intervention de ses membres et adhérents auprès des différentes instances (publiques, parapubliques ou privées), de manière à favoriser le développement et l'épanouissement de la bande dessinée au Québec et au Canada.

Pour réaliser ses objectifs, l'ACIBD a commandé, en 1986, la rédaction d'un mémoire qui a constitué sa première prise de position publique et représenté un premier effort de clarification de la situation de la bande dessinée au Québec et au Canada.

En avril de la même année, ce mémoire a été soumis au ministre fédéral des Communications et présenté en Commission parlementaire, au mois de mai, devant le ministre québécois de la Culture.

Bien que le mémoire de l'ACIBD soit toujours d'actualité, il a paru opportun de le mettre à jour à l'été de 1991, de manière à ce qu'il soit plus pertinent encore dans la situation présente, en tant qu'outil privilégié de documentation, d'information et d'intervention.

Pour communiquer avec l'ACIBD ou pour faire parvenir ses commentaires ou suggestions concernant le présent mémoire, on est prié d'écrire à l'adresse suivante : ACIBD, C.P. 37 Succ. Beaubien, Montréal, Québec, H2G 3C8.

Bonne lecture !

I

Portrait d'ensemble de la bande dessinée

I.1 Spécificité et diversité de la bande dessinée

La BD ¹ est *un art autonome et un moyen d'expression à part entière*. Dès son apparition, vers le milieu du XIX^e siècle, elle s'est située au confluent de deux formes d'art déjà bien établies : la narration littéraire et l'expression picturale figurative. Bien qu'elle tienne assurément des deux, il serait simpliste de n'y voir qu'un amalgame plus ou moins bâtarde de littérature et d'art pictural ou graphique. C'est un mode d'expression artistique à la fois hybride et spécifique, fondé sur l'établissement d'un rapport nouveau et original entre le texte et l'image.

La seconde observation d'importance à faire concernant la BD est la suivante : contrairement à ce que véhicule l'opinion courante, *la production d'ensemble de la BD est fort loin de former un tout homogène*. Dans les pays industrialisés, la production de BD offre en effet aujourd'hui une très grande diversité de formes et de contenus, comme c'est d'ailleurs le cas dans la plupart des autres domaines de la création artistique. Il suffit de fréquenter une librairie ou un détaillant plus ou moins spécialisé de journaux ou magazines pour voir se côtoyer, sous divers supports, des BD pour enfants, pour adolescents ou pour adultes, des BD humoristiques, caricaturales, satiriques, dramatiques, poétiques, historiques, des BD de science-fiction, de politique-fiction, de western, etc., bref, suffisamment de variété et de diversité pour convaincre n'importe quel esprit sensé que *nous n'en sommes plus aujourd'hui à l'époque où l'ensemble de la production de BD pouvait être associée à un genre particulier, quel qu'il puisse d'ailleurs être*.

À cet égard, un effort particulier de clarification s'impose, qui devrait permettre de corriger les perceptions souvent erronées qui ont cours en ce domaine, de façon à dresser un tableau fidèle de la situation de la BD dans notre pays.

I.2 Préjugés courants entourant la bande dessinée

Il existe à propos de la BD et de ses créateurs et producteurs un certain nombre de malentendus, souvent générateurs de controverses inutiles, qui tiennent pour l'essentiel au peu de considération et à la méconnaissance générale dans lesquelles elle est encore malheureusement tenue au sein d'une large portion de l'opinion publique. On abordera cette question en identifiant *quatre principaux préjugés* qui reflètent cet état de méconnaissance, et à propos desquels une argumentation succincte tiendra lieu de réfutation.

I.2.1 La BD, une lecture pour jeunes ?

Historiquement, la BD franco-belge et une part considérable de la BD américaine se sont adressées à un lectorat presque exclusivement juvénile. On peut comprendre ce fait à la lumière du contexte social et culturel du tournant du siècle, qui associait souvent une

certaine presse illustrée à l'univers des enfants ou à tout le moins des jeunes. En Europe francophone, par exemple, d'importants groupes de presse tels Fayard et Offenstadt (LA JEUNESSE ILLUSTRÉE [1903], LES BELLES IMAGES [1904], L'ILLUSTRÉ À CINQ CENTIMES [1904], L'ÉPATANT, FILLETTE [1909], etc.) ont lancé à l'époque une offensive au moyen de journaux illustrés à bas prix qui ont acquis une grande popularité auprès des jeunes lecteurs, avant d'être supplantés après la Seconde Guerre mondiale par des magazines voués exclusivement à la BD (SPIROU [1938], VAILLANT [1945], TINTIN [1946], etc.). Aux États-Unis, vers la même époque, les suppléments dominicaux des quotidiens à grand tirage ont pris l'habitude de réserver, eux aussi, une place de choix à leurs jeunes lecteurs, jusqu'à l'apparition des *comic books* au milieu des années trente. En fait, il aura fallu attendre la création de MAD MAGAZINE [1952] et de PILOTE [1959] pour que la presse de BD conquière un public plus diversifié, comprenant des adolescents et des adultes.

Depuis la fin des années soixante et ce qu'on a appelé le « phénomène *Astérix* », la BD n'est plus l'apanage exclusif de la jeunesse dans le monde francophone, à telle enseigne d'ailleurs que les années quatre-vingt ont connu sur ce plan un important renversement de tendance qui paraît se maintenir encore de nos jours. En août 1987, Emmanuel Kessler voyait s'accroître le fossé entre la BD dite « adulte » et la BD enfantine, et constatait, dans LE MONDE, que « *selon une étude effectuée par Dargaud, le tiers des lecteurs de BD ont aujourd'hui entre vingt et trente-cinq ans. Les six-dix ans et les onze-dix-neuf ans ne représentent chacun que le quart du lectorat*². » Dans le même article, Kessler constatait également que les ventes d'albums des auteurs de BD reconnues pour « adultes » (tels Pratt, Manara, Bilal, Bourgeon ou Margerin) dépassaient largement les 100 000 exemplaires³, tandis que bon nombre de magazines de BD pour jeunes disparaissaient de la circulation, faute de lecteurs⁴.

Aux États-Unis, bien que les tendances soient différentes, on note également un gain d'intérêt important des adultes envers la BD, qui se manifeste en particulier à travers la publication des « *graphic novels* »⁵, dont la présentation luxueuse et les prix élevés les destinent manifestement à un public adulte.

En somme, il existe encore — et existera probablement toujours — une part considérable de la production de BD s'adressant à un lectorat juvénile, mais la chose importante à retenir c'est qu'il n'est absolument plus approprié, de nos jours, de considérer la BD sous l'angle exclusif d'une « littérature pour la jeunesse ».

1.2.2 La BD, une production humoristique et divertissante ?

Un autre préjugé commun consiste à associer la BD aux seuls contenus caricaturaux et divertissants, comme si cet art ne pouvait produire d'œuvres significatives en dehors du cadre exclusif de l'humour. L'origine de cette perception tient probablement à la finalité dans laquelle on a, dès les débuts, tenu la BD, au point qu'elle a reçu, aux États-Unis, l'appellation incongrue de « *funnies* », puis de « *comics* ». Pourtant, à compter des années trente, d'incontestables chefs-d'œuvre comme *Buck Rogers* [1929], *Flash Gordon* [1934] ou *Prince Valiant* [1937] avaient déjà permis l'exploration d'univers thématiques et esthétiques ayant bien peu à voir avec l'humour ou la caricature. Plus près de nous dans le temps, du côté de l'Europe francophone, le phénoménal succès de la série *Astérix* a sans

doute fortement contribué à entretenir cette idée d'une BD qui ne saurait mieux s'épanouir qu'à travers jeux de mots et galéjades. S'il est vrai que la veine humoristique connaît encore aujourd'hui une énorme popularité et que maints auteurs de BD y excellent, dans des genres d'ailleurs beaucoup plus riches et variés qu'on ne le croit généralement (plaisanterie, caricature, pastiche, satire, autoparodie, dérision, absurde, « nonsense », humour noir, etc.), il n'est pas moins vrai que depuis une bonne vingtaine d'années les contenus et les thématiques de la BD se sont considérablement diversifiés et qu'ils touchent désormais tous les domaines et dimensions de l'expressivité humaine et artistique.

Une vision juste et pertinente de la BD se doit aujourd'hui de prendre en compte sa très réelle diversité thématique et stylistique, sous peine de l'enfermer dans des clichés aussi absurdes que fâcheusement réducteurs.

I.2.3 Les créateurs de BD, des artisans ou des artistes ?

La BD a longtemps été l'objet d'une très faible considération artistique — pour ne pas dire d'une forme de mépris — imputable vraisemblablement à la finalité restrictive qu'on lui attribuait (humour et divertissement) et au lectorat exclusif auquel on la croyait devoir s'adresser (la jeunesse). Il n'y a pas longtemps encore, les noms des créateurs de BD figuraient à peine sur leurs œuvres et bien des titres ou des séries changeaient de scénaristes ou de dessinateurs sans que cela revête la moindre importance aux yeux des lecteurs et, bien souvent hélas, des éditeurs.

Depuis une vingtaine d'années, les choses ont considérablement changé de sorte que l'on a tendance aujourd'hui à reconnaître à la BD une valeur artistique intrinsèque, de même qu'à ses créateurs un statut nettement revalorisé. En France par exemple, l'époque « glorieuse » du magazine *PILOTE* (vers la fin des années soixante) a consacré le statut d'*auteur-e de BD* et permis aux créateurs et créatrices de cette discipline de revendiquer et d'obtenir auprès des éditeurs et grands patrons de presse des normes plus justes et équitables d'exercice de leur profession. Aux États-Unis, bien que la National Cartoonist Society existe depuis 1946, l'exceptionnel succès d'édition de Frank Miller (avec *Batman, The Dark Night*, DC, 1986) a notamment contribué à sensibiliser la profession et une partie du public aux flagrantes injustices commises, par une maison d'édition, à l'endroit de l'une des figures de proue du *comic book* américain, Jack Kirby. Dans la foulée de ce qui est apparu alors comme un énorme scandale, les professionnels de la BD ont pu renégocier auprès des éditeurs de *comics* des contrats plus avantageux et, surtout, plus respectueux de la propriété artistique.

Ces profonds changements du statut culturel, social et économique des auteurs de BD ont également eu pour conséquence de modifier les aspirations de nombre d'entre eux, dans le sens d'une plus grande volonté d'autonomie artistique, et de les rendre davantage sensibles à de nouvelles thématiques, à des contenus différents et surtout moins stéréotypés, enfin à des courants et tendances esthétiques souvent plus modernes et, en tout cas, mieux adaptés à l'époque dans laquelle nous vivons.

On peut aisément le constater : la perception que l'on a de la BD tient pour beaucoup à l'image que l'on se fait de ses créateurs et créatrices.

I.2.4 La BD, un mass media ou un art ?

À tort, la BD a été — et est encore — souvent assimilée aux mass media et perçue selon la logique restrictive des médias, c'est-à-dire comme une sorte d'« outil de communication » plutôt que comme un « moyen d'expression » ou un « art » à part entière⁶. Sous le label « moyen de communication » on a compris — et on comprend encore — l'idée très limitative d'une visée de masse et d'une vocation globalement « utilitaire » de la BD, ce qui implique bien entendu une forme de soumission à des impératifs éditoriaux (apologie d'une idéologie « familiale », promotion de valeurs morales associées à la jeunesse, référendums de popularité [c'est-à-dire « ratings » plus ou moins déguisés], logique de rentabilité financière, etc.) fort éloignés de ceux que l'on reconnaît habituellement au domaine artistique. Or, en grande partie à cause d'une vision semblablement étriquée, la BD s'est trouvée régie et réglementée par de nombreux — et, faut-il le dire, scrupuleux — codes de censure (« Loi du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse », « Code Europress Junior » [1966], « Comics Code Authority » [1954], etc. 7), avec lesquels les créateurs de BD ont eu longtemps — et ont encore, dans certains cas — maille à partir.

Il est indéniable que certaines BD (*Astérix*, *Tintin* ou les *Peanuts*, par exemple) ont pu représenter d'extraordinaires phénomènes socioculturels et être l'objet d'adaptations médiatiques de masse, mais cela ne suffit absolument pas pour faire de ces BD des mass media et encore moins pour proclamer que la BD, envisagée comme un tout, appartient aux mass media, au même titre que la télévision ou la radio à grande écoute, la publicité ou encore la presse à grand tirage. Les tirages fabuleux des best-sellers de la BD ont souvent masqué, aux yeux des néophytes, la réalité de l'ensemble de la production de BD, certes beaucoup moins *massive* que ce que donnent à penser ces cas d'exception (du reste fort peu nombreux). Ainsi, en 1982, sur une production globale d'environ 600 albums, les *tirages moyens* en France variaient autour de 20 000 exemplaires ; en 1983, ces tirages descendaient en deça de 15 000 exemplaires⁸. Au Québec, le tirage moyen d'un album de BD atteint à peine deux mille exemplaires. Il apparaît évident au vu de semblables données qu'il serait absurde de concevoir « l'industrie » de la BD dans l'optique des médias à grande audience, c'est-à-dire selon une étroite logique d'autofinancement réclamée à grands cris par les publicitaires. Dans plusieurs pays d'ailleurs, la création et la production de BD est soutenue par l'État — comme c'est aussi le cas pour le cinéma ou le théâtre —, sinon elle existerait à peine en dehors de quelques best-sellers habilement mis en marché.

À partir du moment où la BD est identifiée comme un moyen d'expression à part entière, elle s'intègre dans la catégorie générale des pratiques artistiques auxquelles on sait reconnaître une finalité certes moins limitative que celle des médias, et auxquelles on accorde en règle habituelle une plus grande latitude au plan de la création (contenus, thèmes, esthétique, etc.). On juge en effet les œuvres artistiques avec un esprit plus libéral et l'on a moins tendance à imposer à ceux que l'on considère comme des artistes des cadres aussi étroits et bornés que ceux qui gèrent le travail des créateurs et producteurs œuvrant dans le domaine médiatique.

Reconnaître la réalité complexe de la BD revêt une grande importance, surtout lorsque l'on souhaite vraiment comprendre ses tenants et aboutissants, et œuvrer à une meilleure connaissance de ce qu'elle a à offrir, tout en favorisant le mieux possible son développement dans le contexte particulier qui est le nôtre. Battre en brèche les préjugés qui entourent la BD, n'est-ce pas un moyen utile pour aider à réaliser ces objectifs ?

I.3 Situation de la BD en Europe et aux États-Unis

La grande diversité de la production de BD dans le monde apparaît avec force lorsqu'on la considère du point de vue de ses principaux pays producteurs. Ainsi, exception faite du Japon qui est — et de loin — le plus gros pays producteur de BD au monde⁹ (sans toutefois que cette production influence encore de manière significative celle des pays qui nous concernent), on peut grosso modo affirmer que l'ensemble de la production dans les pays occidentaux industrialisés fait apparaître deux tendances nettement différenciées : celle qui relève de la production américaine et celle qui se dégage de la production européenne.

De ce point de vue, on doit d'abord constater que *la BD de conception américaine fait partie intégrante du domaine de la presse, tandis que celle de conception européenne appartient plus spécifiquement au domaine du livre*. Cette différence de première importance ne peut manquer d'avoir des répercussions sur la façon même dont la BD est perçue, aussi bien par le public que par les gens de la profession, dans l'un et l'autre continent.

I.3.1 Les *comics* américains

Suivant en cela les très nettes tendances à la concentration qui prévalent dans le domaine de la presse, l'industrie de la BD aux États-Unis est beaucoup plus centralisée qu'elle ne l'est en Europe¹⁰. Aussi, la production s'en ressent-elle : sur les plans esthétique et thématique, on observe qu'elle offre dans l'ensemble un matériel plus compartimenté et beaucoup moins diversifié que ce n'est le cas de la production européenne.

Aux États-Unis, la production de BD peut être regroupée en deux catégories, correspondant dans les faits à deux genres distincts et à deux types de supports de diffusion : soit, d'une part, les *comic strips*¹¹ (quotidiens ou hebdomadaires), soit, d'autre part, les *comic books*¹². Les *comic strips* sont généralement diffusés par des agences spécialisées appelées *syndicates*¹³, qui possèdent des ramifications un peu partout dans le monde, ce qui tend à leur conférer une dimension internationale (bien que les contenus de ces *strips* aient, on s'en doute, un caractère souvent très local !...). Les journaux québécois et canadiens, par exemple, lorsqu'ils publient des *strips*, s'approvisionnent presque exclusivement auprès des *syndicates* qui leur offrent des conditions de location ou d'achat défiant toute concurrence. Par ailleurs, dans le secteur des *comic books*, le mode de production et de diffusion est très fortement concentré entre les mains de quelques firmes spécialisées (telles Marvel ou DC)¹⁴.

On peut encore noter que la production américaine de BD est *considérée, dans l'ensemble, comme essentiellement distractive et qu'elle jouit d'une faible considération esthétique et culturelle, en dehors des milieux de la BD*. Depuis peu, de nouvelles tendances modernes ou avant-gardistes ont commencé à voir le jour dans le domaine jadis homogène des *comics*, mais il s'agit encore d'un phénomène marginal dont on ne peut à l'heure présente mesurer l'impact sur l'évolution de l'ensemble de la production américaine ¹⁵. Enfin, aux États-Unis, les créateurs de BD ne jouissent que depuis peu d'une réelle propriété artistique sur leurs œuvres, et ce de manière encore très limitative ¹⁶.

1.3.2 La bande dessinée européenne

Du côté européen, la situation de la BD ainsi que le statut des créateurs présentent des différences significatives. D'abord, en matière de production et de diffusion, il faut distinguer là aussi deux principaux types de BD : d'une part, les BD paraissant dans la *presse spécialisée* (revues ou magazines de BD) ou dans la *grande presse* (bandes quotidiennes ou hebdomadaires) ¹⁷ et, d'autre part, celles qui circulent à travers le réseau des *librairies* (sous forme d'albums).

À la différence de ce qui se passe aux États-Unis, *la presse de BD n'est pas, sur le marché européen, une fin en soi* : en effet, les périodiques spécialisés de BD (ou le support de la grande presse) servent principalement de vitrine ou de catalogue au marché beaucoup plus lucratif de la vente des albums ¹⁸. Qu'il s'agisse de SPIROU, (À SUIVRE), VÉCU, FLUIDE GLACIAL, etc., les périodiques européens de BD sont pour la plupart déficitaires. En fait, les éditeurs les utilisent pour présenter en prépublication, sous forme de feuilleton, des épisodes qui seront ensuite rassemblés et édités en albums ; c'est donc avec ceux-ci qu'ils réaliseront leur véritable prise de profit ¹⁹. Soulignons également que la presse spécialisée permet aux créateurs de BD de vivre décemment de leur art puisque le système de la prépublication leur assure une forme de salaire régulier, avant qu'ils puissent encaisser les royalties provenant de la vente de leurs albums.

Fait important à noter : *le marché européen de la BD est beaucoup moins homogène et fermé que son équivalent américain* (lequel est, comme on sait, très protectionniste et fort peu réceptif aux productions venant de l'étranger). Depuis le « phénomène *Astérix* », apparu vers la fin des années soixante, la BD européenne rejoint désormais des segments de population qu'elle n'atteignait à peu près pas auparavant (ce qui n'est pas le cas des *comics* américains qui se cantonnent presque exclusivement auprès d'un jeune public ²⁰). Ce phénomène d'édition sans précédent a contribué, plus que tout autre facteur, à intéresser et à sensibiliser à la BD les milieux jadis hésitants de la culture institutionnelle. Le marché des albums et des périodiques spécialisés s'est donc accru énormément au cours des vingt dernières années en Europe, et l'impact de la BD s'est étendu à plusieurs autres champs de l'activité culturelle (musées, Salons de la BD, institution scolaire, secteur des média de masse — cinéma et publicité —, etc.). Il en a résulté une implication plus grande de l'État qui intervient concrètement, notamment en France ²¹ et en Belgique, pour soutenir la production nationale de BD. Conséquence directe de ces changements de mentalité : *les créateurs européens de BD jouissent désormais d'un statut qui fait d'eux des artistes à part entière*.

NOTES

- ¹ Dorénavant, l'expression « bande dessinée » sera remplacée par le sigle « BD », comme il est courant de le faire.
- ² « Les papas aiment, les enfants boudent », LE MONDE, vendredi 14 août 1987. Yves Frémion, de son côté, établissait un bilan assez semblable dans l'article « Édition : la bande dessinée, un univers en voie de restructuration », *Encyclopædia Universalis*, Paris, 1987.
- ³ Ibid, LE MONDE, vendredi 14 août 1987.
- ⁴ C'est le cas entre autres des périodiques suivants : TINTIN, PILOTE, CIRCUS et CORTO.
- ⁵ Littéralement « romans graphiques » : appellation créée par les éditeurs américains de *comics* pour désigner les albums de BD brochés, sous reliure cartonnée.
- ⁶ Aux yeux de bien des gens encore, la BD ne saurait être qu'un art « mineur »...
- ⁷ Ces différents « codes de censure » de la BD sont présentés et commentés par Michel Pierre, dans le chapitre « Critiques, législateurs et censeurs », de son ouvrage *La bande dessinée*, coll. « Idéologies et sociétés », Larousse, Paris, 1976 ; voir également *Images interdites*, par Yves Frémion et Bernard Joubert, Syros-Alternatives, Paris, 1989.
- ⁸ Source : « Édition : la bande dessinée, un univers en voie de restructuration », par Yves Frémion, *Encyclopædia Universalis*, Paris, 1987.
- ⁹ On peut en apprendre plus long sur ce sujet en consultant *L'Univers des mangas, une introduction à la bande dessinée japonaise*, par Thierry Groensteen, Casterman, Tournai, 1991.
- ¹⁰ Un mouvement similaire de concentration a toutefois commencé récemment à se faire jour en Europe, comme en témoigne la part prépondérante prise dans le domaine de l'édition de BD par de puissants cartels financiers, tels le Groupe Ampère-Médias-Participation, le consortium Hachette, le Groupe Bruxelles-Lambert, le groupe helvétique Alpen, etc. Voir à ce sujet, LIBÉRATION, Paris, 26 janvier 1989, « Spécial Angoulême » et *L'Année de la bande dessinée 87-88*, Glénat, Grenoble, 1987.
- ¹¹ On appelle *comic strips* ou *strips*, les BD qui présentent quotidiennement deux ou trois vignettes disposées sur une même bande (*daily strips*) ou les BD hebdomadaires présentées sous divers formats, dans les suppléments prévus à cet effet (*weekly strips*).
- ¹² Fascicules brochés à périodicité généralement mensuelle qui mettent en scène, sous forme de feuilleton, des superhéros (SUPERMAN, BATMAN, etc.), des personnages reliés à l'univers des adolescents (ARCHIE, JUGHEAD, etc.) ou encore des créatures popularisées notamment par les Productions Walt Disney (MICKEY MOUSE, DONALD DUCK, etc.).
- ¹³ Citons l'ouvrage *Bande dessinée et figuration narrative* (Musée des Arts Décoratifs/Palais du Louvre, Paris, 1967, p. 129) : « Ce sont des firmes employant journalistes, critiques, chroniqueurs, etc., et qui vendent aux journaux des éditoriaux, articles sportifs, recettes de cuisine, colonnes féminines, dessins humoristiques et bandes dessinées. Le dessinateur est l'employé du syndicate, propriétaire du titre, du sujet et des personnages de la bande. (...) Le dessinateur est lié au syndicate par un contrat de durée limitée, aux dispositions variables, qui lui assure un traitement fixe et un pourcentage sur les ventes et les adaptations (cinéma, publicité, etc.). En revanche, le syndicate se réserve sa production et en dispose comme il veut. » Les syndicates sont répandus à travers le monde (par ex., Opera Mundi est la filiale française de la firme américaine King Feature Syndicate). Deux exemples pour donner une idée de l'extraordinaire rendement des syndicates : en 1975, vingt-cinq ans après la création des PEANUTS, le *strip* de Schulz paraissait quotidiennement dans 1 687 journaux et magazines, dont 1 480 en Amérique du Nord, et il était traduit dans 62 pays ; pour sa part, le *strip* BLONDIE paraît depuis plus de 40 ans, dans plus de 1 500 journaux à travers le monde... En matière de syndicates, les trois « majors » américains sont : King Feature Syndicate, Chicago Tribune (Daily News Syndicate) et United Feature Syndicate.
- ¹⁴ La production de ces deux firmes compte pour environ 85% de l'ensemble de la production des *comic books*. Ensemble, elles ont vendu plus de 18 millions de *comic books* en 1984-1985. [Source : THE COMICS JOURNAL, n° 105, février 1986.]
- ¹⁵ Les œuvres d'auteurs comme Spiegelman, Moore, Miller, Sienkiewicz, Chaykin, les frères Hernandez, etc., témoignent à des degrés divers de ces tendances.

- ¹⁶ Par exemple, dans les contrats qu'elle fait signer aux artistes travaillant pour elle, la firme Marvel désigne ceux-ci au titre de « fournisseurs » (*suppliers*) contribuant à ce qui est appelé « *the collective work known as the Marvel Comics Group*. » Les artistes sont donc explicitement considérés comme des « *employee-for-hire* ». [Source : *Artwork Release*, Marvel Comics Group, 1985.] Pareille pratique est monnaie courante dans le monde des *comics*. On le voit, le statut des créateurs de BD aux États-Unis est fort différent de celui des créateurs indépendants ou pigistes (*freelance*), que l'on retrouve très majoritairement dans les autres domaines de la production artistique et à qui l'on reconnaît généralement une véritable propriété artistique.
- ¹⁷ Dans la majeure partie des cas, les BD qui paraissent dans la grande presse proviennent du fonds de la presse spécialisée et/ou des albums. Les tradition du *comic strip* a, en effet, connu un moindre développement en Europe qu'aux États-Unis. Un auteur aussi important qu'Hergé, par exemple, n'a réalisé des *strips* de Tintin qu'à l'époque de la Seconde Guerre mondiale, dans les conditions du rationnement de papier qui existaient alors. Du côté français, par exemple, l'adaptation des *Astérix* (de Goscinny et Uderzo) aux formats de la grande presse est toujours venue après la prépublication des récits dans un magazine (en l'occurrence *PILOTE*) ou leur parution en album.
- ¹⁸ Il faut toutefois préciser que la situation est quelque peu différente dans bon nombre de pays européens, à l'exception bien sûr de la France et de la Belgique qui sont les principaux pourvoyeurs de la BD européenne. En Italie, en Espagne et en Allemagne, par exemple, le marché des périodiques est beaucoup plus florissant que celui des albums. Cela s'explique notamment par la place prépondérante que les *comics* américains (en traduction) occupent dans ces pays, au détriment de la production nationale (voir à ce sujet *Histoire mondiale de la bande dessinée*, sous la direction de C. Moliterni, Pierre Horay, Paris, 1980 et 1989).
- ¹⁹ Il s'est publié en langue française une moyenne de 600 albums de BD annuellement, au cours des huit dernières années. En 1984, le tirage moyen d'un album en France était de 16 000 exemplaires et le tirage global atteignait 25 millions d'albums. [Source : *Le point sur les mesures du ministère de la Culture*, Paris, 1985.] Une juste mise en perspective montre cependant que bon nombre d'albums paraissant en France ont des tirages tout juste au seuil de rentabilité, parfois même au-dessous de ce seuil : aux Humanoïdes Associés, par exemple, les tirages ont dépassé exceptionnellement les 10 000 exemplaires en 1988 ; chez Albin Michel, en 1989, la majorité des albums étaient tirés à 6 000 unités (la collection « Thriller », Crépax, Piotr, Magnus, etc.), les albums couleurs de Mattotti étant pour leur part tirés à seulement 3 500 exemplaires. Dans des cas comme ceux-ci, l'éditeur tire son profit de quelques gros vendeurs (appelés « locomotives » dans le jargon de l'édition) ou en haussant considérablement le prix de ses albums.
- Autres données intéressantes. En 1987, toujours en France, le tirage global des albums de BD atteignait 19 millions sur 336 millions d'ouvrages, soit donc 5,7 % de l'édition globale ; ce total représentait 3,2 % du chiffre d'affaires global de l'édition du livre. La chose importante à noter ici est que le chiffre d'affaires de la BD a progressé de 25 % depuis 1975, tandis que celui de l'édition en général n'a progressé que de 3,8 %. [Source : *LIBÉRATION*, 26 janvier 1989, « Spécial Angoulême. »] Bien qu'il soit parfois question de « crise » dans l'édition de BD en Europe, on observe que la situation est assez loin d'être catastrophique...
- ²⁰ Selon James E. Galton, président — en 1982 — du Marvel Comics Group, les *comics* de superhéros sont très majoritairement destinés à de jeunes américains mâles dont l'âge moyen varie entre 6 et 17 ans ; ils seraient lus par les trois-quarts des jeunes américains correspondant à ces critères ! [Source : *Comics Scene*, n° 1, janvier 1982.]
- ²¹ Sous la demande pressante des milieux de la BD, l'État français a créé, en 1984, une Commission d'aide à la bande dessinée, rattachée au prestigieux CNL (Centre National des Lettres). En janvier 1990 avait lieu, à Angoulême, l'inauguration du Centre national de la Bande dessinée et de l'Image (CNBDI). Par ailleurs, en octobre 1989, la Belgique s'était dotée d'un Centre belge de la bande dessinée (CBB).

II

Situation de la bande dessinée au Québec et au Canada

II.1 Généralités

Au Québec et au Canada, la BD est prise dans un étau extrêmement serré qui laisse à ses créateurs et à son industrie bien peu de possibilités de développement et d'épanouissement. Avant de développer cette question plus en profondeur, il convient d'établir une distinction entre le contexte de la BD au Québec et celui de la BD dans le reste du Canada¹ ; ce sont là deux environnements socioculturels fort différents qui méritent d'être abordés séparément. Une brève mise en perspective historique s'impose donc, qui permettra de clarifier les doubles particularités d'une production encore largement méconnue et sous-estimée.

II.2 La bande dessinée au Québec

II.2.1 LES DÉBUTS (1900-1940)

Comme c'est le cas dans bon nombre de pays industrialisés, la BD a fait son apparition au Québec au tournant du XX^e siècle². Il s'agissait alors surtout de *strips* américains paraissant dans des journaux québécois tels LE MONDE ILLUSTRÉ et LE SAMEDI, bien qu'on ait pu trouver dès 1900 quelques productions québécoises : par exemple une histoire sans paroles dessinée par J.-F. Morrisette (« Petit chien sauvage et savant »), parue dans LE CANARD du 18 août 1900, et qui comporte plusieurs caractéristiques d'une BD, dans l'acception moderne de l'expression.

Toutefois c'est, semble-t-il, au quotidien LA PRESSE que l'on reconnaît le mérite d'avoir publié la première BD québécoise : dans l'édition du samedi 20 décembre 1902, Raoul Barré signait en effet un *strip* formé de quatre vignettes qui, sous le titre « Pour un dîner de Noël », racontait, sans faire usage de texte, la poursuite et la capture d'une dinde à l'occasion du repas traditionnel de Noël. Barré (1874-1932), qui apparaît comme un précurseur, s'était d'abord fait connaître au Québec dans le domaine de la caricature sociale et politique, avant de s'intéresser à la BD. De juin 1906 à octobre 1908, il dessine pour LA PRESSE « Les contes du Père Rhault », une planche bimensuelle mettant en scène un père et ses deux fils dans un cadre inspiré des contes traditionnels. Attiré et fasciné par le dessin animé, il s'établit ensuite aux États-Unis au début des années vingt et fonde, avec Charles Bowers, le premier studio professionnel de dessins animés — le Barré-Bowers Animated Cartoon Studio, propriété de Bud Fisher —, où il produit et anime une série d'adaptations de *Mutt and Jeff*. Transformant par la suite son nom en Barry, il poursuit là-bas une carrière plus ou moins fructueuse dans l'animation, jusqu'à son décès en 1932. Dans l'histoire de la BD québécoise, l'exemple de Barré ne sera certes pas le seul d'un

créateur de BD forcé de s'expatrier aux États-Unis pour parfaire l'apprentissage de son art ou, carrément, pour y faire carrière.

Le 20 février 1904, LA PATRIE fait paraître elle aussi sa première BD québécoise, « Pourquoi il n'y a pas de canard au dîner ». Son auteur, Auguste Charbonnier, innove cette fois-ci en faisant, pour la première fois à ce qu'il semble, usage de bulles. Mais un autre nom apparaît à l'époque et fait incontestablement figure de pionnier de la BD québécoise : Albéric Bourgeois (1876-1962) qui, à la façon d'un homme-orchestre, fut tout à la fois caricaturiste, peintre, illustrateur, créateur de BD, chansonnier, pamphlétaire, acteur et auteur de feuilletons radiophoniques. Diplômé de l'école des Beaux-Arts de Montréal, il est d'abord fresquiste et peintre-décorateur lorsqu'il part poursuivre ses études à Boston, où il réalise pendant plusieurs mois une BD didactique intitulée *The Education of Annie*, publiée par le BOSTON POST. Dès son retour à Montréal au début de 1904, il est engagé par LA PATRIE et crée *Les aventures de Timothée* (titre repris en février 1905 par le Français Th. Busnel, jusqu'à sa mort en 1908). En 1905, Bourgeois entre à LA PRESSE, où il va demeurer pendant plus de cinquante ans. Il y crée *Les aventures de Toinon* (de mars 1905 à septembre 1908) et *Zidore* (de mars à août 1905) — sous le pseudonyme de Marius —, et réalise une page hebdomadaire intitulée *En roulant ma boule*, qui comprend des chroniques, des caricatures et des textes de circonstance. Bourgeois reprend également *La famille Citrouillard*, série créée peu avant pour LA PATRIE par R. Béliveau. En août de la même année, il succède à Joseph Charlebois, créateur des *Aventures de Ladébauche*, et procure à ce personnage haut en couleurs une personnalité si proche de la sienne qu'elle demeurera à jamais associée à son nom. À la même époque, Bourgeois dessine deux autres BD (*Les fables du parc Lafontaine* et une *Histoire du Canada pour les enfants*), mais il oriente désormais ses activités vers la caricature, l'illustration et la chronique, délaissant progressivement la BD lorsque les *strips* américains commencent à envahir les journaux québécois.

En ce début de siècle, la production de BD québécoises est donc relativement abondante. Entre 1904 et 1909, on a dénombré pas moins de vingt (20) séries québécoises, totalisant quelque huit cents (800) planches, publiées dans LA PRESSE et LA PATRIE³. Toutefois la presque totalité de ces BD va rapidement disparaître après 1909, au profit des BD américaines, dont les coûts de location minimes — puisque déjà amortis sur le vaste marché américain — représentent une véritable aubaine pour les éditeurs de journaux québécois. Quelques BD québécoises paraîtront après 1910, comme « L'éducation de Pierrot » de Max, dans LA PRESSE du 22 au 28 décembre 1915 — cette BD est considérée comme la *première bande quotidienne québécoise* — ou encore *Benoni* de J. Avila Boisvert, autre *strip* quotidien paru dans le même journal de 1922 à 1923 ; il faudra cependant attendre pas moins de *cinquante ans* avant que ne paraisse, dans LA PRESSE, une nouvelle BD quotidienne (*Les microbes* de Michel Tassé, en 1973) !

Dans les années trente, il semble qu'il n'y ait plus de place, au Québec, pour la BD québécoise. Afin d'avoir une idée plus exacte de l'ampleur de la pénétration des BD américaines dans les journaux québécois de l'époque, mentionnons le bilan fort révélateur d'un inventaire établi par Yves Lacroix : entre 1930 et 1950, sur 301 bandes publiées dans cinq importants journaux québécois (LA PRESSE, LA PATRIE, L'ILLUSTRATION, LA PATRIE DU DIMANCHE et LE PETIT JOURNAL), 256 sont américaines, 27 françaises, 2 proviennent du

Canada anglais et 15 seulement sont québécoises⁴. Cette situation difficile pour les créateurs d'ici va perdurer jusqu'aux années quarante.

II.2.2 LES ANNÉES QUARANTE

Malgré un contexte, il faut le reconnaître, assez peu propice au développement d'une BD authentiquement québécoise, un nom se dégage pourtant de cette période, c'est celui d'Albert Chartier. Né à Montréal en 1912, Chartier amorce sa carrière professionnelle en BD avec *Bouboule* (sur des scénarios du journaliste René O. Boivin), qui paraît dans LA PATRIE, de 1935 à 1938. Il va par la suite travailler aux États-Unis, entre 1940 et 1942, pour le compte des firmes Big Top Comic et Columbia Comic Corporation, où il approfondit les techniques d'un métier qu'il n'aurait certes jamais pu apprendre de cette manière au Québec. Peu après son retour au pays, il crée en novembre 1943 sa bande la plus populaire, *Onésime*, dans LE BULLETIN DES AGRICULTEURS DU QUÉBEC, qui paraît encore à ce jour, au rythme d'une planche par mois, et qui, bientôt cinquantenaire, est la plus durable de toute l'histoire de la BD québécoise. Parallèlement à *Onésime*, l'activité graphique de Chartier se manifeste de diverses manières : illustrations, caricatures, dessins humoristiques, etc., pour des magazines, périodiques ou journaux québécois au cours des années quarante et cinquante ; il dessine également des vignettes publicitaires. D'octobre 1951 au début des années soixante-dix, Chartier dessine *Séraphin*, toujours pour LE BULLETIN DES AGRICULTEURS DU QUÉBEC, d'après des scénarios de l'écrivain Claude-Henri Grignon. De 1964 à 1967, il signe pour le Toronto Telegram News Service un *strip* quotidien bilingue, intitulé *Les Canadiens*, qui a pour but de promouvoir l'histoire et la culture francophone auprès du Canada anglais ; cette BD a paru dans vingt-quatre journaux à travers le Canada. Enfin, à l'automne de 1966, Chartier crée *Kiki* — un *daily strip* dans le style pantomime — qu'il va en vain proposer à divers *syndicates* américains. On reconnaît aujourd'hui volontiers à Albert Chartier le titre, parfaitement mérité, de *doyen de la BD québécoise*⁵.

À partir de 1944, les frères Vincent publient pendant quelques années des BD dans divers journaux comme LE SOLEIL, LE DROIT, LA PATRIE, L'ACTION CATHOLIQUE et L'ÉVANGÉLINE. On sait peu de choses de ces auteurs — qui ont également été éditeurs de BD —, sinon qu'ils ont été constamment en butte aux *syndicates* américains qui ont finalement eu raison de leurs velléités éditoriales.

C'est également en 1944 que les éditions Fides signent une entente avec l'éditeur américain Topix dans le but de publier une version québécoise de TIMELESS TOPIX (*comic book* dédié à la promotion des valeurs catholiques) ; le magazine HÉRAUTS est ainsi créé, qui connaîtra dans ses meilleures années un tirage — faramineux pour l'époque — de 75 000 exemplaires. Deux ans plus tard, Fides conclut une entente avec diverses congrégations religieuses qui lui permet de lancer cinq autres périodiques de confession catholique⁶ qui seront distribués directement dans les écoles du Québec, ce principalement aux niveaux élémentaire et secondaire⁷. Ces magazines contiennent essentiellement un contenu rédactionnel didactique et des BD américaines, traduites et adaptées pour les lecteurs québécois ; donc, au départ, très peu de BD québécoises.

II.2.3 LES ANNÉES CINQUANTE ET SOIXANTE

Ce n'est qu'à compter de 1957, que HÉRAUTS commencera à publier des BD proprement québécoises, pour une large part réalisées par Maurice Petitdidier, dessinateur de nationalité française qui est retourné dans son pays d'origine au début des années soixante⁸. Pendant cette période, Fides édite également sous forme de modestes petits albums les bandes antérieurement parues dans ses magazines ; l'éditeur crée à cet effet diverses collections (« Hérauts-Album », « Trésors de la jeunesse », « Gai Lutin », « Jeunes Intrépides », etc.), toutes destinées à la jeunesse et vouées à la promotion des valeurs religieuses, souvent confondues avec l'anticommunisme⁹.

Au cours des années cinquante, d'autres BD à caractère confessionnel paraîtront chez quelques autres éditeurs, témoignant ainsi du contexte social et culturel très religieux et propagandiste de l'époque : c'est le cas, par exemple, d'une *Histoire de Dieu en images* en 5 tomes¹⁰, éditée par Le Centre de la Bible et tirée à 100 000 exemplaires, avec présentation et *Imprimatur* du Cardinal Paul-Émile Léger ! Vers le début des années soixante, la concurrence étrangère francophone¹¹ menace sérieusement les publications de Fides, dont le principal fleuron (HÉRAUTS) disparaît finalement en 1966.

En 1965, la maison Héritage obtient des ententes avec les firmes américaines Marvel et DC pour publier sur le marché québécois — d'abord en noir et blanc, puis en couleurs — des traductions et adaptations locales de *comic books*¹². Croyant s'être établi un nom grâce au relatif succès de ses *comics* américains, Héritage lance vers la fin des années soixante-dix plusieurs *comics* québécois¹³ qui n'obtiennent vraisemblablement pas le succès escompté, car ils sont abandonnés peu après. Avec le développement du marché des *comics* américains, grandement favorisé par le foisonnement récent des librairies spécialisées (« direct sales market »), Héritage abandonne finalement la BD vers 1986.

II.2.4 LES ANNÉES SOIXANTE-DIX : UN VENT DE RENOUVEAU...

La fin des années soixante et les années soixante-dix marquent un tournant important dans l'histoire de la BD québécoise puisqu'elle connaît alors une période de véritable renaissance, aujourd'hui souvent désignée comme le *printemps de la BD québécoise*¹⁴. Dans la foulée du mouvement de décolonisation et d'effervescence culturelle de l'époque, la production de BD québécoises connaît un regain significatif d'activités. Certaines particularités du contexte historique et politique, de même que l'affirmation grandissante du fait français au Québec, favorisent l'émergence d'une personnalité culturelle absolument originale au sein de l'Amérique anglo-saxonne. Au cours des années soixante-dix, la publication d'une quarantaine de périodiques de BD¹⁵, en provenance de plusieurs régions du Québec, et d'autant d'albums fait naître des espoirs inconnus jusqu'alors dans les milieux de la BD.

L'impulsion première de cette renaissance est d'abord le fait du « Groupe du Chien-dent », qui a réuni — entre octobre 1968 et avril 1969 — quelques jeunes peintres, graveurs et illustrateurs montréalais, à l'esprit aussi avant-gardiste que corrosif, créateurs d'étonnantes BD, parues notamment dans PERSPECTIVES, LE QUARTIER LATIN, QUÉBEC-PRESSE et MCLEAN. Par la suite, une part importante des BD de l'époque se développe dans l'orbite des milieux étudiants, s'inspirant à des degrés divers des courants de

l'« underground » (américain et européen), avec un net penchant pour l'insolence et la fronde caractéristiques de l'humour étudiantin, et ignorant à peu près totalement les formes plus traditionnelles de BD qui ont connu ici un faible développement¹⁶. Plutôt modestes, les fanzines des années soixante-dix ont une circulation pour ainsi dire confidentielle, une périodicité très aléatoire, et représentent une sorte de banc d'essai pour de jeunes créateurs désireux de trouver un moyen d'expression moderne et dynamique qui leur convienne. Parmi les noms importants issus de cette « petite presse » de BD, seule une minorité a persisté jusqu'à présent : les Godbout, Fournier, Hurtubise, Gaboury et Garnotte.

Bien que le Québec soit géographiquement voisin des États-Unis et que les *comics* américains connaissent une diffusion massive ici, on constate que la production québécoise de BD est, dans les années soixante-dix, de conception et de facture essentiellement européenne. La formule des *comics* et l'imaginaire très particulier des superhéros n'attirent que peu les créateurs d'ici, si ce n'est pour les caricaturer ou les tourner en dérision. En outre, si l'on exclut les bandes d'*Onésime* d'Albert Chartier, qui témoignent d'un Québec rural « en voie de disparition », la presque totalité de cette production est le fait d'une jeune génération, urbaine et à peu près sans liens avec le passé. À titre d'exemple, le personnage de Michel Risque (créé par Réal Godbout et Pierre Fournier) et celui du Sombre vilain (de Zyx), qui datent tous deux de 1974, constituent les deux plus anciennes créations de la BD québécoise « moderne ». Cela montre à l'évidence la difficulté qu'éprouvent les créateurs québécois à inscrire leur production dans la continuité historique.

En matière d'albums, les choses sont assez différentes, en particulier parce que les frais impliqués par ce type de publications sont beaucoup plus importants que ceux encourus par les périodiques issus de la « petite presse ». Fait nouveau, on note dans les années soixante-dix une diversification considérable de l'édition de BD. En effet, plusieurs maisons d'éditions déjà bien implantées dans le secteur scolaire — ou provenant parfois de l'édition générale — lancent de nombreuses collections d'albums de BD¹⁷. Ces publications visent dans la majorité des cas un lectorat juvénile, déjà friand de BD, et s'inspirent grosso modo de la tradition franco-belge. Ce foisonnement éditorial, pourtant essentiel à la survie de la BD québécoise, sera de courte durée et n'aura finalement que peu de conséquences sur le développement d'un marché québécois de la BD. Aujourd'hui, le fonds d'albums issus de cette période est à peu près totalement disparu de la circulation et rares sont les amateurs actuels de BD qui en connaissent l'existence.

II.2.5 LES ANNÉES QUATRE-VINGT

Au début des années quatre-vingt, l'horizon de la BD québécoise se transforme encore considérablement. Le fabuleux succès du magazine CROC¹⁸ (suivi, quelque temps après, de l'expérience de TITANIC) va contribuer à donner un nouveau souffle à la BD québécoise. Pour la première fois — dans la plupart des cas — les créateurs de BD d'ici peuvent tirer avantage d'un rythme de production soutenu et bien rémunéré qui leur permet d'organiser leur travail en fonction de la continuité et de faire face aux particularités d'un lectorat beaucoup plus large et diversifié que celui auquel ils étaient auparavant habitués. Ces changements dans les conditions de production ont pour effet d'accroître de façon

notable le nombre de créateurs de BD et de modifier sensiblement l'allure générale d'une BD qui avait jusqu'alors peu connu de semblables débouchés professionnels. Dans l'ensemble, on peut dire que ce gain de professionnalisme et de maturité a rendu nos créateurs plus conscients des exigences de leur art et plus sensibles aux réactions du public.

Toutefois, la précarité de l'édition de BD au Québec a eu tôt fait de ramener aux proportions de la réalité — si besoin était — l'énorme enthousiasme généré par les succès inattendus de CROC. Car il faut bien en convenir, si l'humour marche très fort au Québec par les temps qui courent, il n'en va pas certes de même pour la BD. En témoigne assez durement d'ailleurs, l'échec du mensuel TITANIC (sous-titré « Bandes dessinées d'humour et d'action ») qui, lancé en septembre 1983 par la firme Ludcom¹⁹, n'a pu dépasser, après 12 livraisons, un niveau moyen de ventes de 15 000 exemplaires, alors que son seuil de rentabilité était situé à environ 20 000 exemplaires. Bien sûr, comparativement au rendement moyen des divers périodiques européens (comme TINTIN, SPIROU, PILOTE, MÉTAL HURLANT, etc.) sur le marché québécois, à la même époque, TITANIC a certes connu une performance plutôt intéressante. Mais comme l'éditeur n'a pu escompter à court terme un accroissement significatif des ventes — pas plus d'ailleurs qu'une extension de son marché vers l'Europe francophone — il a été contraint d'abandonner le titre déficitaire. On comprendra qu'avec un petit marché comme celui du Québec, la marge de manœuvre des éditeurs de BD est réduite à l'extrême. Lorsqu'un titre ne rencontre pas immédiatement le succès espéré, sa cessation devient impérative.

Dans l'édition d'albums, le fait marquant des années quatre-vingt est le développement des éditions à compte d'auteur et l'accroissement remarquable de petites maisons spécialisées dans la BD²⁰. Toutefois, avec des tirages dépassant exceptionnellement les 2 000 exemplaires, ce nouveau contexte éditorial n'en demeure pas moins encore extrêmement modeste et fragile. C'est peut-être d'ailleurs ce qui a poussé récemment plusieurs créateurs québécois à tenter leur chance du côté du Canada anglais et des États-Unis, soit en prêtant leur concours à des *comics* américains existant déjà²¹, soit en confiant au réseau nord-américain des « direct sales » leur propre production²², tandis que d'autres se tournent vers le vaste marché européen²³.

II.2.6 EN GUISE DE CONCLUSION

Voilà donc un fait indéniable : depuis la fin des années soixante la production québécoise de BD a connu un regain significatif d'activités qui aurait normalement dû porter fruit. Pourtant, malgré le dynamisme et les efforts souvent étonnants des créateurs, cette production n'est jamais vraiment parvenue à établir une réelle jonction avec son public potentiel, condition indispensable à sa survie et à son développement. À cela il existe diverses raisons.

Sur le plan économique, on constate tout d'abord que le marché québécois est encore dominé par la concurrence étrangère, tant américaine qu'européenne. Qu'il s'agisse des *strips* diffusés dans les quotidiens, des *comic books* présents dans la majorité des kiosques à journaux ou des albums disponibles en librairie, il ne semble y avoir de place au Québec que pour la BD étrangère qui jouit depuis toujours d'un énorme prestige et d'une

grande popularité auprès du public québécois. Cette forte implantation de la production étrangère repose sur une structure de distribution et des instruments promotionnels extrêmement sophistiqués, en face desquels nos maigres moyens ne font pas le poids.

Il n'est donc pas étonnant que notre BD dépasse difficilement le stade d'un artisanat laborieux et peu cohérent, faute de public et de ressources financières adéquates. La précarité de nos supports d'édition, le manque de continuité de nos publications et la grande faiblesse de notre mise en marché rendent à peu près impossible une véritable situation concurrentielle susceptible de permettre la circulation et la rentabilisation de nos produits. Même lorsque nos périodiques ou nos albums offrent des standards de qualité et de professionnalisme équivalents à ceux du marché européen ou américain, ils sont loins de susciter chez les lecteurs habitués aux BD étrangères un intérêt au moins égal ²⁴.

Dans ces conditions, il faut reconnaître que *l'industrie québécoise de BD en est encore à un stade très embryonnaire* : nous éditons trop peu, notre production n'est pas assez visible et nous n'avons pas les moyens de donner à notre industrie naissante le dynamisme et la viabilité dont elle aurait besoin. Ce ne sont certes pas la détermination et l'esprit d'initiative de nos créateurs et éditeurs qui peuvent seuls suppléer à ces carences éditoriales et promotionnelles.

À court terme, la seule solution pour parvenir à mettre en place des structures d'édition et de diffusion efficaces, et susceptibles de contribuer au positionnement plus favorable de la BD québécoise sur son propre marché, est d'avoir recours au soutien de l'État — comme cela se pratique d'ailleurs dans tous les domaines de l'industrie culturelle québécoise ²⁵. Toutefois, ce soutien doit prendre la forme d'un appui rationnel à des initiatives provenant du milieu lui-même, milieu désormais mieux organisé ²⁶ et qui, à cet égard, est loin de manquer d'idées ! Nul n'ignore qu'un rayonnement large de la culture québécoise n'est envisageable qu'à ce prix.

II.3 La bande dessinée au Canada

II.3.1 LES DÉBUTS (1900-1940)

Les débuts de la BD au Canada anglais ²⁷ ont été difficiles et très tardifs puisque, avant les années vingt, la presque totalité des illustrateurs et caricaturistes canadiens qui ont manifesté de l'intérêt pour la BD se sont expatriés aux États-Unis : mentionnons, par exemple, H. G. McGill (caricaturiste politique originaire de la Nouvelle-Écosse), Russell Paterson (qui publia un temps la bande *Pierre et Pierrette* dans LA PATRIE), Arch Dale (qui créa *The Doo-Dads*, *strip* fort populaire à l'époque et diffusé dans cinquante journaux à travers l'Amérique du Nord) et deux autres artistes maintenant fort célèbres dans l'histoire de la BD mondiale : Harold Foster (le créateur de *Tarzan* et *Prince Valiant*, né à Halifax, en 1892, et émigré aux États-Unis en 1921) et Joe Shuster (co-créateur de Superman, natif de Toronto) ²⁸. Mais il en est toutefois qui, plus « irréductibles », ont su résister au formidable pouvoir d'attraction de nos voisins du Sud.

C'est le cas de James Llewellyn Frise (1891-1948), caricaturiste au TORONTO STAR, qui a créé en 1921, pour le supplément hebdomadaire du même journal, un *weekly panel* en

noir et blanc, d'abord intitulé *Life's Little Comedies*, puis un an après *Birdseye Center*. Frise va dessiner ce *strip* pendant vingt-six ans, ce qui lui vaut aujourd'hui l'insigne honneur d'être le créateur de la *BD hebdomadaire la plus durable de l'histoire du Canada anglais*. En 1947, sa bande paraît, en couleurs, dans le *Standard* de Montréal, sous le titre *Juniper Junction*. Jimmy Frise meurt toutefois en 1948, au moment où les *syndicates* américains commencent à peine à montrer de l'intérêt pour son travail.

Au début des années trente, un autre véritable pionnier de la BD canadienne anglaise a su résister opiniâtrement à l'hégémonie presque absolue de la BD américaine en territoire canadien. Ted McCall, d'abord journaliste au *EVENING TELEGRAM* de Toronto, crée en effet le 11 février 1933, pour le supplément illustré du *TORONTO TELEGRAM*, l'un des premiers *strips* d'aventure canadiens : il s'agit de *Men of the Mounted*, illustré par Harry Hall. Cette série mettant en vedette un caporal de la Gendarmerie Royale du Canada va connaître une importante diffusion dans les journaux partout à travers le pays, jusqu'en février 1935. En fait, elle précède de deux ans la BD américaine *King of the Royal Mounted*, lancée par King Feature Syndicate tout juste après le refus du titre de McCall. En septembre 1935, toujours pour le *TORONTO TELEGRAM*, McCall lance avec Charlie Snelgrove *Robin Hood and Company*, l'une des séries les plus populaires de l'époque qui sera largement diffusée au Canada, en Europe et aux États-Unis, jusqu'au décès du dessinateur à la fin de 1939.

II.3.2 LES ANNÉES GLORIEUSES (1941-1946)

En décembre 1940, le gouvernement canadien, soucieux de réduire la croissance de son déficit commercial vis-à-vis des États-Unis, imposa un décret du temps de guerre (*War Exchange Conservation Act*) qui a résulté en un embargo sur l'importation de biens non essentiels, dont les *comics books*. À la faveur de ce contexte protectionniste, un fabricant torontois d'enseignes publicitaires décida, à l'instar de quelques autres compatriotes, de reconvertir son commerce dans l'édition de BD. En compagnie de deux associés, Cyril Vaughan Bell lança, en septembre 1941, l'un des premiers *comic books* canadiens, sous le titre *WOW COMICS*. Tiré à 52 000 exemplaires et imprimé en quatre couleurs, le premier numéro de ce magazine connut un succès immédiat. Divers problèmes techniques firent que, par la suite, il dut cependant paraître en noir et blanc, comme d'ailleurs tous les *comic books* canadiens de l'époque — ce qui leur valut l'appellation de « Canadian Whites ». Pour l'essentiel, la réalisation du magazine fut confiée pendant les deux premières années au dessinateur canadien français Edmond Legault, qui créa pour l'occasion les séries *Dart Daring* et *Whiz Wallace*. On s'en doute, le contexte de la guerre pesa assez lourdement sur le contenu de ces feuillets mensuels qui proposaient aux jeunes lecteurs canadiens des héros de remplacement, plus ou moins inspirés par leurs homologues américains désormais introuvables au Canada. La Bell Feature — ainsi nommée après mars 1942 — lança également six autres titres mensuels (*TRIUMPH COMICS*, *ACTIVE COMICS*, *DIME COMICS*, *COMMANDO COMICS*, *JOKE COMICS* et *DIZZY DON*), auxquels collaborèrent dans les meilleures années pas moins de cinquante artistes canadiens.

Parallèlement à la Bell Feature, deux autres firmes de moindre importance firent aussi des affaires d'or avec la BD. En août 1941 — tout juste un mois avant la parution de *WOW*

COMICS —, les Hillborough Studios, fondés par Adrian Dingle (1912-1974), lancèrent le magazine TRIUMPH-ADVENTURE COMICS, dans lequel Dingle créa *Nelvana of the Northern Lights*. Son titre parut trois fois avant que Dingle parte rejoindre la Bell Feature Company avec *Nelvana*, où il fut nommé directeur artistique. Considéré comme l'un des auteurs les plus féconds de l'époque, Adrian Dingle a également créé *The Penguin*, *The Sign of Freedom*, repris plusieurs titres (*Active Jim*, *Rex Baxter*, *Clift Steele*, *Guy Powers Secret Agent*) et dessiné la plupart des couvertures couleurs des séries de la maison (sous le pseudonyme de Darian). Après son passage dans les *comics*, Dingle a abandonné la BD et poursuivi une carrière de peintre. Également sise à Toronto, l'Anglo-American Publishing fit jouer à Ted McCall un rôle de premier plan en tant que principal scénariste de la maison. C'est là qu'il fait paraître, en mars 1941, le premier numéro du magazine ROBIN HOOD AND COMPANY, suivi en juillet de la même année par FREELANCE (dessiné par Ed Furness). À l'été de 1944, il a redonné vie à *Men of the Mounted* dans un magazine peu après intitulé KIP KEENE OF THE MOUNTED. Après la disparition de l'A.A.P., en 1946, McCall a lui aussi abandonné la BD et est retourné au TORONTO TELEGRAM. Cy Bell, comme ses autres concurrents, abandonna également la BD et revint à ses anciennes activités.

La fin de la Seconde Guerre mondiale et l'abrogation du décret protectionniste ont mis un terme rapide à cet âge d'or du *comic book* canadien, qui n'aura finalement duré que quatre ans. Incapables de faire face à la concurrence américaine, tous les *comics* canadiens de l'époque disparurent peu après, malgré de notables efforts pour améliorer leurs productions (amélioration esthétique, mise en couleur, etc.). En fait, l'hégémonie de la BD américaine en territoire canadien fut à peu près totale jusqu'à la fin des années soixante.

II.3.3 LES ANNÉES SOIXANTE-DIX

Au début des années soixante-dix, le courant « underground » américain a connu quelques adeptes au Canada anglais et a permis un modeste développement du *comic book*. C'est le cas notamment de Rand Holmes qui a publié à Vancouver quelques livraisons de WHITE LUNCH COMIX, avant d'émigrer en Californie. Dans une veine totalement différente, l'Albertain Richard Comely a par la suite créé une petite firme qui a fait paraître sur l'ensemble du marché canadien, entre 1975 et 1979, quinze numéros de CAPTAIN CANUCK²⁹, une tentative bien peu convaincante de superhéros « à la canadienne ». À la même époque, le magazine ORB³⁰ (six numéros parus entre 1975 et 1976) a révélé de talentueux auteurs comme Gene Day, Matt Rust, John Allison, Ronn Sutton, Paul McCusker, Ken Steacy, etc. Malheureusement, après l'échec du magazine plusieurs dessinateurs se voient contraints d'abandonner la BD, tandis que d'autres se tournent vers les publications américaines (c'est le cas notamment de Ken Steacy dont on a pu voir plusieurs BD dans le magazine EPIC ILLUSTRATED de Marvel), quand ils ne s'expatrient pas carrément.

Au mois de décembre 1977 s'amorce la publication de l'une des plus étonnantes BD du Canada anglais. Dave Sim, jeune dessinateur ontarien alors âgé de 20 ans, lance son propre *comic*, CEREBUS THE AARDVARK³¹, qui va très rapidement devenir le titre le plus recherché au Canada et se classer parmi les meilleurs des *comics* « nouvelle vague » ou « alternatifs ». Après dix années de parution sans interruption, cette BD de satire politique et sociale à l'humour fin et complexe, qui raconte les déboires d'un oryctérope

grassouillet et mégalomane, vend sur le marché spécialisé des *comics* (« direct sales market ») au-delà de 24 000 exemplaires par mois, ce qui donne aux éditions Aardvark Vanaheim une position tout à fait enviable sur le marché nord-américain des éditeurs indépendants. Cette réussite sans égal a d'ailleurs permis à la petite maison de procéder au lancement de quelques autres titres comme NEIL THE HORSE COMICS AND STORIES (Arn Saba), FLAMING CARROT, JOURNEY et NORMALMAN ³².

II.3.4 LES ANNÉES QUATRE-VINGT

Hormis le cas exceptionnel de CEREBUS, la production canadienne récente est plutôt clairsemée et provient pour une bonne part de la firme torontoise Vortex, créée à la fin de 1982, et qui dispose maintenant d'un catalogue d'édition assez substantiel. Les titres VORTEX ³³, MISTER X ³⁴, KELVIN MACE, THOSE ANNOYING POST BROS., STIG'S INFERNO, YUMMY FUR, PARADAX et BLACK KISS ouvrent leurs pages à des créateurs canadiens de qualité comme Ken Steacy, David Ross, Nick Poliwko, John et Anthony Van Bruggen, Seth, Ron Sutton, Paul McCusker, Ty Templeton, Gene et Dan Day, Matt Howarth, Lou Stathis, Klaus Schœnefeld, etc. ainsi qu'à certains auteurs américains comme Trina Robins, Steve Leialoha, Howard Chaykin, Jaime et Gilbert Hernandez, etc. Enfin, les dessinateurs de la côte Ouest du Canada, regroupés depuis peu au sein de la « British Columbia Cartoonists' Society », se sont dotés d'un magazine nommé SPATTER, qui dévoile d'autres intéressantes facettes de la BD canadienne, avec les noms de Greg Holfeld, Garrett Eng, Bill McNamara, Don Fuller, Theresa Henry, etc.

II.3.5 EN GUISE DE CONCLUSION

La situation de la BD au Canada anglais est, à plusieurs égards, différente de celle du Québec. D'abord, la production se concentre presque exclusivement autour des deux importants foyers économiques et culturels que sont l'Ontario et la Colombie-britannique, alors qu'elle est à toutes fins pratiques inexistante dans les autres régions du pays (sauf au Québec, évidemment). Bien que, du fait de l'absence de barrière linguistique, la production canadienne anglaise puisse potentiellement atteindre un marché très vaste — incluant les États-Unis —, elle est loin de tirer vraiment profit de cet avantage. En fait, sa très grande dispersion à travers l'ensemble du territoire canadien et son manque d'homogénéité culturelle la rendent très vulnérable à la concurrence américaine. Cela peut s'expliquer notamment par le fait que, contrairement au contexte québécois où le développement d'une culture homogène favorise une différenciation culturelle marquée, il n'existe pas au Canada anglais de véritable contrepoids à l'omniprésence de la BD américaine.

Dans un sens donc, cette situation est peut-être pire que celle qui prévaut au Québec. D'une part, la production y est beaucoup moindre et plus ponctuelle et, d'autre part, elle a souvent tendance à se modéliser sur la BD américaine — en particulier sur les *comics* de superhéros —, perdant ainsi un aspect de ce qui pourrait lui conférer une spécificité culturelle. Malgré le fait que certains *comics* canadiens soient d'une indéniable originalité (CEREBUS par exemple), il appert que ce marché est au fond assez peu concurrentiel face aux *comic books* américains qui sont, encore et toujours, extrêmement populaires, tant

auprès des créateurs que du public canadien anglais. Il ne faut pas trop s'étonner, dans ces conditions, que des créateurs canadiens décident de s'expatrier aux États-Unis pour exercer leur art.

Par ailleurs, à l'instar de l'attitude qui prévaut encore aux États-Unis en matière de BD, le statut de la BD au Canada anglais est largement assimilable à un artisanat de second ordre. L'impact culturel de la BD étant considéré comme mineur, son essor peut souvent paraître moins préoccupant qu'il ne l'est au Québec et dans les pays européens, où un statut pleinement artistique est désormais reconnu à la BD. Au Canada anglais, les manifestations publiques qui se tiennent autour de la BD ³⁵ ont exactement la même allure qu'aux États-Unis ; rien ne les distingue vraiment des « Collectible Conventions »³⁶ de nos voisins du Sud, si ce n'est une présence minimale des auteurs canadiens et de leur production.

En-dehors du secteur des *comic books*, la production au Canada anglais est peu abondante. Un certain nombre de créateurs parviennent à placer en souscription (*syndication*) des titres qui connaissent une relative diffusion à travers les principaux centres du pays, par le biais du réseau très bien établi des *syndicates* américains ³⁷. C'est là, semble-t-il, l'option la plus intéressante qui s'offre aux créateurs désireux de vivre de leur art. Il en est même qui créent leurs propres agences, mais elles s'avèrent fort peu concurrentielles face aux puissantes agences américaines. Le marché est, là aussi, presque totalement occupé par la production américaine. Il n'est certes pas exagéré d'affirmer que l'industrie canadienne anglaise de la BD en est encore à l'étape des balbutiements.

Ce bref tour d'horizon de la situation de la BD au Québec et au Canada montre à l'évidence qu'il existe ici une production de calibre tout à fait respectable et un milieu de créateurs et d'éditeurs, parfois éparpillé, qui ne demandent pas mieux que de s'épanouir dans des conditions beaucoup plus sereines et viables que ce n'est le cas actuellement. Il est clair que les nombreux écueils rencontrés par la BD québécoise et canadienne — notamment en matière de concurrence étrangère — ne viendront certes pas à bout de la volonté de nos créateurs et éditeurs. En revanche, il n'est pas sûr que le renouveau des vingt dernières années puisse déboucher sur un développement somme toute plus harmonieux, si les bases économiques de cette production ne sont pas au plus tôt raffermissées. Le problème est posé ; il faut maintenant trouver de toute urgence des solutions.

NOTES

- ¹ Bien que nous disposions d'informations relativement partielles sur la situation de la BD au Canada anglais, il nous apparaît nécessaire de la prendre en considération dans le cadre du présent mémoire, de façon à ce que notre tableau d'ensemble soit plus conforme à la réalité. Cependant, il va de soi que les créateurs et intervenants de la BD au Canada anglais sont les mieux placés pour rendre compte d'une situation qui les concerne au premier chef.
- ² Les informations concernant les débuts de la BD québécoise sont encore fragmentaires et peuvent être sujettes à modifications, pour peu que l'on découvre de nouvelles données encore inconnues à ce jour.

- 3 SOURCE : « Introduction à une lecture de la bande dessinée québécoise, 1904-1910 », Jean Véronneau, STRATÉGIE, n° 13/14, Montréal, 1976.
- 4 « La bande dessinée dans les journaux québécois (1930-1950), un inventaire », LA NOUVELLE BARRE DU JOUR, spécial « Bande dessinée », n° 110-111, Montréal, février 1982.
- 5 Pour honorer la remarquable ténacité d'Albert Chartier et l'importance de sa contribution au développement de la BD québécoise, l'ACIBD a créé en 1990 les Prix « Albert Chartier » et « Onésime ».
- 6 CLAIRE, FRANÇOIS, L'ESCOLIER, L'AVE MARIA et L'ABEILLE.
- 7 Rappelons, pour mémoire, que le système scolaire québécois est longtemps demeuré sous la tutelle du clergé et des communautés religieuses, avant la création en 1964 du Ministère de l'Éducation et du Conseil supérieur de l'Éducation.
- 8 Entre 1950 et 1961, Petitdidier a dessiné par moins de vingt-cinq albums de BD, une production très considérable pour l'époque.
- 9 Mentionnons, à titre d'exemple, quelques titres éloquentes : *La vie de Jésus*, coll. « BD bibliques Hérauts-Album » (n° 6), adaptation U.S.A., 1949 ; *Pie XII le Pape de la paix*, coll. « Hérauts-Album » (n° 14), adaptation de TIMELESS TOPIX, U.S.A. (Catechetical Guide, St-Paul, Minnesota), 1950 ; *La vérité concernant le Cardinal Mindszenty*, coll. « Hérauts-Album » (n° 14), adaptation de TIMELESS TOPIX, U.S.A. (Catechetical Guide, St-Paul, Minnesota), 1950 ; *À quand notre tour ?*, coll. « Hérauts-Album » (n° 14), adaptation de TIMELESS TOPIX, U.S.A. (Catechetical Guide, St-Paul, Minnesota), 1950. Ce dernier titre raconte rien de moins que l'invasion du Canada par les hordes soviétiques russes !
- 10 Cette BD provenant des États-Unis est, en partie seulement, adaptée par des québécois.
- 11 Il s'agit notamment des revues SPIROU et TINTIN dont la diffusion en territoire québécois a commencé de se répandre largement vers cette époque.
- 12 JUGHEAD, ARCHIE, BETTY ET VERONICA, SABRINA, JOSIE, BINGO WILKIN, PETITE LULU, TWEETY ET SYLVESTER, BUGS BUNNY, etc., ainsi que la gamme des innombrables *comics* dédiés aux superhéros.
- 13 BRISEBOIS ET COMPAGNIE, MAGAZINE NIC ET PIC [d'après la série télévisée à Radio-Canada], M. TRANQUILLE [d'après les personnages de Télé-Métropole], LES AVENTURES DU CAPITAINE NICOLAS BONHOMME [d'après le personnage de Télé-Métropole], LES AVENTURES DU LIEUTENANT-COMMANDANT GUY VINCENT, QUÉBEC HUMOUR, ODYSSEE, etc.
- 14 D'après le titre d'un article de Georges Raby, paru dans *Culture Vivante*, n° 22, Montréal, 1971.
- 15 Hormis quelques exceptions (BD, L'ÉCRAN, L'ILLUSTRÉ et MIC MAC), il s'agissait dans la très grande majorité des cas de ce qu'on appelle des *fanzines*, c'est-à-dire des revues à faible tirage et de conception la plupart du temps artisanale, réalisées par des amateurs bénévoles.
- 16 Sauf peut-être, comme on l'a vu plus haut, entre 1944 et le milieu des années soixante, où la maison Fides a publié quelques BD de style franco-belge, réalisées pour une bonne part par Maurice Petitdidier.
- 17 Aux éditions Héritage : « Bobino et Bobinette », « Monsieur Petitpois », « Contes de mon pays », « Nic et Pic » et « Sharade, aventurière de l'Espace » ; aux éditions Mirabel : « Les aventures de Patof le clown » et « Les enquêtes de Berri et Demontigny » ; aux éditions Mondia : « Les aventures de Bojoual, le Huron québécois » et « Ti-Jean le québécois » ; aux éditions Paulines (éditeur du magazine VIDÉO-PRESSE) : « Alexis le Trotteur » ; aux éditions de l'Aurore : « Les p'tits comiks » ; aux éditions Québec-Presse, trois albums de Pierre Dupras ; enfin aux Éditions québécoises : « L'Histoire du Québec illustrée ». Pour leur part, les éditions Baloune (issues du magazine du même nom) publient exclusivement des albums de BD.
- 18 Mensuel satirique, dont le tiers seulement du contenu est occupé par la BD, et qui connaît depuis sa création, en 1979, des records de popularité avec des ventes moyennes situées autour de 75 000 exemplaires.
- 19 Éditeur de CROC.
- 20 Les éditions Desclez, les éditions du Phylactère, les éditions Cœur de pomme, les éditions Michel et les éditions Kami-Case. On peut également mentionner les éditions Ovale (éditeur de livres pour enfants), qui ont lancé plusieurs collections d'albums de BD.
- 21 Gabriel Morrissette ou Denis Rodier, par exemple.
- 22 Par exemple, Julie Doucet (avec DIRTY PLOTTE) ou Jacques Boivin et Sylvie Rancourt (avec MELODY).

- 23 En 1991, Dargaud (France) a réédité pour l'Europe francophone *Kamarade Ultra* de Godbout et Fournier et, chez Glénat, Robert Rivard a commencé à dessiner la série *Pixies*, d'après des scénarios de Pierre Dubois.
- 24 Dans le domaine des périodiques, l'échec récent de la revue TITANIC illustre parfaitement ce genre de difficultés. Pour les albums, l'exemple d'*Atlantic City* de Loth et Montour est aussi très éloquent. En dépit de son incontestable professionnalisme et de ses grandes qualités esthétiques, l'édition québécoise de cet album (Desclez, 1981) n'a pas connu davantage de succès que l'édition française, parue aux Humanoïdes associés, en 1982... Ce n'est pourtant pas faute d'avoir tenté le coup !
- 25 Est-il nécessaire de rappeler que les activités culturelles du Québec, dans leur ensemble (cinéma, vidéo, chanson, théâtre, musique, livre, etc.), sont largement subventionnées. Sans ces subsides provenant des divers paliers gouvernementaux (municipal, provincial et fédéral), la culture québécoise existerait à peine !
- 26 Pour mieux coordonner ses activités et prendre en main de façon plus rationnelle sa destinée, le milieu de la BD au Québec s'est doté, en 1985, d'une association professionnelle : l'ACIBD (Association des créateurs et des intervenants de la bande dessinée). La même année, étaient fondés deux autres regroupements : à Québec, la ScaBD (Société des créateurs-trices et ami-e-s de la bande dessinée), et à Sherbrooke, BD-Estrie (Association de la bande dessinée de l'Estrie).
- 27 Les informations sur l'histoire et le développement de la BD au Canada anglais proviennent principalement des ouvrages suivants : *The Great Canadian Comic Books*, par Michael Hirsh et Patrick Loubert, Peter Martin Associates, Toronto, 1971 ; *The World Encyclopedia of Comics*, sous la direction de Maurice Horn, Chelsea House Publishers, New York, 1976 (cf. les articles de Peter Harris sur la BD au Canada anglais) ; *The Hecklers ; A History of Canadian Political Cartooning and a Cartoonists' History of Canada*, par Peter Desbarats et Terry Mosher, McClelland & Stewart, Toronto, 1979 et *Canuck Comics, A Guide to Comic Books Published in Canada*, sous la direction de John Bell, Matrix Books, Montréal, 1986 (cf. les articles de John Bell et Robert MacMillan).
- 28 Dans l'ouvrage *Canuck Comics* (déjà cité), John Bell dresse une liste impressionnante de près d'une centaine de noms d'artistes canadiens (québécois et canadiens anglais) qui ont apporté une contribution à la BD américaine, soit en demeurant dans leur pays, soit en émigrant aux États-Unis.
- 29 Un des principaux adjuvants de Captain Canuck portait le nom de... Kébec ! N'y a-t-il pas là une curieuse vision de la dualité canadienne ?
- 30 Magazine de très belle facture (noir/blanc et couleurs) édité à Toronto, qui s'apparentait par son contenu de science-fiction à certains titres de la firme américaine Warren.
- 31 Phénomène absolument unique dans toute l'histoire du *comic book* nord-américain, la série CEREBUS doit comprendre trois cents livraisons mensuelles, publiées en continu, et s'achever en l'an 2003 !
- 32 Tous ces titres ont été par la suite repris par la firme californienne Renegade Press.
- 33 Titre abandonné en 1987.
- 34 Salué aux États-Unis comme l'un des meilleurs *comics* de la décennie...
- 35 Par exemple, le rencontres annuelles de l'Ontario (le « Maplecon » et le « Ottawa Comic and Card Show ») et de la Colombie-Britannique (« Victoria International Cartoon Festival »).
- 36 Où la BD est purement et simplement assimilée à l'objet de collection, au même titre que les cartes sportives, les timbres-poste, etc.
- 37 Par exemple ADAM de Brian Basset, LASLO de Dave Boswell, SALT CHUCK de Chuck Sharman, ORBIT de Nelson Dewy, etc.

III

Recommandations

III.1 Soutien de l'État

Le constat est simple et clair. Depuis ses origines, l'industrie de la BD au Québec et au Canada est confrontée à des difficultés chroniques, résultant en particulier d'une concurrence étrangère insurmontable, qui la placent dans une situation d'extrême précarité. Il apparaît strictement impossible d'envisager un redressement significatif de la situation sans avoir recours au soutien de l'État. En conséquence, nous recommandons :

(1) Que l'État, à travers ses divers paliers gouvernementaux (fédéral, provinciaux et municipaux), reconnaisse que l'industrie québécoise et canadienne de la BD a absolument besoin de son soutien pour se développer harmonieusement.

III.2 Reconnaissance spécifique de la bande dessinée

Toute forme de soutien de la part de l'État doit, à notre avis, prendre en considération le fait suivant : la BD constitue un mode d'expression artistique à part entière qui nécessite d'être reconnu comme tel auprès des différentes instances gouvernementales. Il existe au Québec et au Canada une production de BD de calibre professionnel qui ne parvient pas à rejoindre son public potentiel, le marché étant depuis toujours complètement inondé par la production étrangère.

Les formes de soutien à la BD ont commencé depuis peu à reconnaître le caractère spécifique de cette production, mais comme elles sont encore très éparpillées et ponctuelles, il est difficile de tirer au maximum avantage de cette aide et d'assurer le suivi nécessaire au développement de l'industrie de la BD.

Il apparaît donc capital, à nos yeux, que le gouvernement reconnaisse l'importance de *l'ensemble des activités reliées à la BD*, au même titre qu'il reconnaît la littérature, le cinéma, le théâtre, etc., tous domaines qui bénéficient de *programmes variés et vraiment complémentaires les uns par rapport aux autres* (bourses de création, bourses de perfectionnement, aide à l'édition, programmes de tournées, aide à la promotion et à la mise en marché, etc.). Pareille reconnaissance institutionnelle permettrait aux divers intervenants de la BD de trouver auprès du gouvernement un interlocuteur attentif qui prendrait en considération leurs initiatives particulières, tout en préservant le plus possible le caractère diversifié et complémentaire de ces initiatives.

(2) Que le gouvernement reconnaisse l'importance artistique et culturelle de la BD en créant, à travers un programme nouveau ou par le biais des programmes déjà existants, un secteur BD, parfaitement

distinct des autres, disposant d'une enveloppe budgétaire séparée, d'un fonctionnement autonome et de jurys spécifiques.

(3) Que les programmes gouvernementaux de soutien à la BD prennent en compte, comme un tout, l'ensemble des activités et secteurs reliés à la BD.

III.3 Priorités et formes d'aide gouvernementale

Pour atteindre un maximum d'efficacité et pour répondre aux besoins les plus criants de l'industrie québécoise et canadienne de la BD, l'aide gouvernementale doit prendre en considération certaines priorités.

Par rapport aux quatre grands secteurs de cette industrie — la création, l'édition, la diffusion et la promotion —, nous croyons que, dans l'état actuel des choses, il est primordial d'encourager la création et l'édition *en mettant l'accent sur le développement de la production*. En conséquence, les activités promotionnelles de la BD ne devraient recevoir d'appui que si elles contribuent directement au soutien de notre production. Il est capital, en effet, d'envisager l'octroi de l'aide en fonction de la survie de nos créateurs et de la publication de leurs œuvres.

(4) Que l'aide gouvernementale encourage de façon prioritaire les projets et les initiatives favorisant directement la création et l'édition de la BD québécoise et canadienne.

III.3.1 Création

Comme c'est le cas dans les autres domaines de l'activité artistique, des bourses de création devraient être attribuées aux créateurs les plus méritants et les plus prometteurs, sur la base de projets précis évalués par des jurys compétents en la matière, et en tenant compte des possibilités réelles d'édition. Insistons sur ces deux derniers points. D'abord, il importe grandement que les jurys formés par les instances gouvernementales comptent désormais des personnes dont les compétences en matière de BD soient reconnues (sinon recommandées) par les organismes issus du milieu de la BD au Québec et au Canada. D'autre part, nous croyons qu'il serait peu approprié, dans la situation présente, de subventionner des projets qui risqueraient de demeurer dans les tiroirs.

(5) Que les jurys gouvernementaux chargés d'attribuer des bourses de soutien à des créateurs de BD comptent désormais des personnes dont les compétences en BD sont reconnues par des organismes issus du milieu de la BD.

Par ailleurs, des bourses de voyage pourraient permettre à des créateurs qui disposent déjà d'une production significative de participer à des activités promotionnelles à l'étranger (par ex., Salons, Festivals ou Foires internationales), tandis que les bourses de séjour et

de recherche leur donneraient l'opportunité de perfectionner leur art auprès de créateurs reconnus ; il s'agit là d'une pratique fréquente dans le domaine artistique.

(6) Que le gouvernement offre aux créateurs de BD des bourses de création, des bourses de voyage et de séjour et des bourses de recherche, au même titre qu'il le fait pour les créateurs des autres disciplines artistiques.

III.3.2 Édition

Bien que les diverses formes d'aide à la création soient essentielles à la survie même de la BD en tant que pratique artistique, il n'en demeure pas moins que le rayonnement de cet art au sein de la société québécoise et canadienne, de même qu'à l'étranger, requiert la mise en place et le développement d'une véritable industrie de la BD. Bien entendu, cette industrie doit reposer sur le secteur-clé de l'édition.

III. 3.2.1 Parenthèse sur le marché de la BD au Québec

Lorsqu'on examine concrètement la circulation de la BD en sol québécois, par exemple, on ne peut manquer d'être frappé par l'omniprésence de la BD étrangère qui se partage en gros le marché comme suit : les albums et les périodiques spécialisés (revues et magazines) relèvent essentiellement de la production franco-belge, tandis que les BD américaines occupent, pour leur part, l'aire traditionnellement réservée aux journaux (y inclus les *comics* qui relèvent, comme on l'a vu, du domaine de la presse plutôt que de celui du livre). Cette stricte répartition reflète la nature foncièrement différente de ces deux types de production, l'une et l'autre occupant des secteurs du marché à peu près *exclusifs* et *complémentaires*.

Bien que, pour l'heure, nous ne disposions pas de données exactes concernant le chiffre d'affaires global de la BD au Québec, l'abondance des produits étrangers démontre de toute évidence que, *en dépit de la faiblesse démographique du Québec, il existe bel et bien un marché québécois de la BD*. Il faut néanmoins reconnaître que la part relative de la production québécoise dans ce marché est fort mince et l'on voit mal, du reste, comment elle peut — ou pourrait — tirer avantage d'une situation qui la place en position de concurrence directe devant une quantité et une variété de produits en regard desquels elle est malheureusement loin de faire le poids. D'autant plus que la popularité de la BD étrangère tient à des facteurs qui vont bien au-delà des seules considérations économiques. Mais avant d'aller plus loin, il peut être utile de se faire une idée encore plus précise de ce marché en l'envisageant sous l'angle purement quantitatif.

Une enquête sommaire effectuée en 1987 ¹ a montré que ce marché, loin d'être saturé — comme on a souvent tendance à le croire —, est au contraire probablement trop peu développé et exploité, surtout en ce qui concerne la production moderne et la production québécoise. La comparaison des chiffres de vente d'un certain nombre d'albums européens et québécois sur le territoire du Québec ² met en relief les faits suivants.

D'abord, il ressort que le lectorat québécois de BD est peu stratifié ou segmenté, comme c'est maintenant le cas dans bon nombre de pays européens ³. En effet, les lecteurs

québécois de BD paraissent se regrouper à l'intérieur de deux principaux créneaux, considérablement distants l'un de l'autre. Si l'on prend soin d'exclure un best-seller comme *Astérix*⁴, on distingue un premier créneau qui rassemble entre 10 000 et 30 000 lecteurs ; il s'agit là de lecteurs disons *occasionnels*, fréquentant surtout la production classique ou traditionnelle de BD. À l'opposé, apparaît un second créneau qui peut rejoindre jusqu'à environ 4 000 lecteurs ; ce sont dans ce cas des lecteurs généralement *assidus*, plus au fait des courants actuels ou disons plus « modernes » de la BD, c'est-à-dire des lecteurs qui peuvent être sensibles à la notion « d'auteur-e de BD ». Entre ces deux créneaux, le continuum est presque vide et laisse un bassin de 4 000 à 10 000 lecteurs *potentiels* à peu près inexploré. Il devrait y avoir place, dans ce segment inoccupé, pour de nouveaux lecteurs ou pour des lecteurs occasionnels qui glisseraient du premier créneau vers ce segment, en prenant intérêt à d'autres genres de BD, incluant par exemple la production québécoise ou canadienne⁵. Le développement d'un intérêt plus large pour la BD ne peut certes pas nuire à notre production. Par comparaison avec le cinéma, on a pu constater que, depuis une quinzaine d'années, le développement d'un marché de cinéphiles au Québec a permis à notre propre cinématographie d'enregistrer de nets progrès par rapport au passé.

L'image que se font les lecteurs québécois de la production de BD est encore très monolithique et leurs préférences trop peu diversifiées ; il y a manque d'information en cette matière. En fait, les amateurs québécois de BD n'ont pas vraiment suivi le mouvement européen d'émancipation de la BD qui a permis l'éclosion de nouvelles tendances modernes et favorisé l'apparition de créneaux de lecteurs jadis inexistants. Du reste, le peu de considération artistique et culturelle dont jouit la BD au Québec montre à l'évidence qu'elle est encore largement perçue — tant auprès des instances gouvernementales et des médias institutionnels que du grand public — à peu près uniquement sous l'angle du divertissement. On comprend sans doute mieux pourquoi la BD québécoise — dont la renaissance a coïncidé avec l'éclosion de tendances modernes en BD — a si faible audience auprès de son propre public. Ces considérations montrent donc que le marché de la BD au Québec est loin d'être saturé et qu'il reste, dans une large mesure, à conquérir.

En matière d'édition, l'industrie de la BD connaît trois types de supports, différemment structurés, qui exigent, selon nous, des formes d'aide appropriées.

III. 3.2. a) Support journalistique

Les quotidiens, les hebdomadaires et les magazines de toutes sortes devraient ouvrir leurs pages aux créateurs québécois et canadiens de BD. Il y a là un débouché particulièrement rémunérateur qui échappe à peu près totalement aux artistes d'ici. Nous reconnaissons qu'il s'agit d'un problème très complexe puisque, à première vue, les éditeurs de journaux n'ont aucun intérêt économique à rémunérer des créateurs d'ici, disons 50 \$ le *strip* quotidien, alors qu'ils peuvent s'approvisionner auprès des *syndicates* américains pour environ 100 \$ par semaine (soit pour six *strips*).

Il paraît au départ exclu que le gouvernement puisse imposer des quotas aux groupes de presse qui diffusent à peu près exclusivement des BD américaines ou européennes. Néanmoins, nous croyons qu'il est possible de soutenir concrètement le marché des *strips* québécois et canadiens.

Les groupes de presse qui s'engageraient à diffuser des *strips* québécois ou canadiens pourraient se voir accorder diverses formes d'exemptions fiscales (réductions d'impôt, par exemple). Le gouvernement pourrait aussi, conjointement avec les éditeurs de journaux intéressés, assumer une partie des frais encourus pour la fabrication et la diffusion de *strips* québécois ou canadiens ; ces programmes d'aide combinée pourraient être pris en charge à travers certains programmes de subvention qui existent déjà.

(7) Que le gouvernement explore diverses formes d'exonération fiscale susceptibles d'encourager la production, l'achat et la diffusion de *strips* québécois et canadiens par les médias écrits, dans l'ensemble du pays.

Pour que ses programmes d'encouragement à la production de *strips* québécois et canadiens aient quelque chance d'obtenir des résultats positifs, nous croyons que le gouvernement doit avoir un rôle d'incitation auprès des secteurs industriels qui sont habituellement sensibles à son action. Si ces programmes ne sont pas largement connus, il y a peu de chances qu'ils soient vraiment efficaces.

(8) Que le gouvernement s'engage à faire connaître auprès des entreprises concernées les divers programmes d'encouragement à la production, à l'achat et à la diffusion des *strips* québécois et canadiens qu'il aura mis sur pied.

Ce n'est évidemment pas le rôle du gouvernement de créer des *syndicates* de BD. Mais si des intervenants du milieu de la BD décident de se doter d'une telle structure de production et de diffusion ou si encore on veut rendre encore plus efficaces les quelques rares *syndicates* canadiens qui existent déjà, l'État pourrait explorer diverses formes d'aide et soutien à leur accorder. Il faudrait bien entendu veiller à soutenir des projets sérieux et bien structurés, émanant de professionnels de la BD.

(9) Que le gouvernement encourage la création de *syndicates* québécois et canadiens de BD et qu'il soutienne la vente de produits québécois et canadiens par le biais des agences déjà existantes.

III. 3.2. b) Support périodique

Dans les pays industrialisés où la BD connaît un développement important, les périodiques de BD (revues, magazines ou fanzines) ont toujours représenté un vecteur fondamental de l'édition. Même si ces périodiques s'avèrent le plus souvent à peine rentables — sinon carrément déficitaires — ils constituent cependant un moyen irremplaçable

permettant aux éditeurs d'amortir partiellement leurs frais d'édition et assurant aux créateurs une source régulière de revenus qui leur est évidemment indispensable.

Actuellement, au Québec, il n'existe pas de revue professionnelle consacrée exclusivement à la BD ⁶. Les principaux débouchés rémunérateurs pour les créateurs de BD d'ici se limitent à VIDÉO-PRESSE (magazine appartenant à des intérêts européens et qui diffuse une part très importante de matériel étranger), à CROC (mensuel satirique qui consacre environ 30% de son contenu à la BD ⁷) et à SAFARIR (mensuel humoristique dont une large part du contenu est vouée à la BD).

L'échec de TITANIC (mensuel de BD édité par Ludcom en 1984) a permis, s'il était besoin, de constater que les projets de périodiques québécois de BD ne peuvent espérer connaître un certain succès et un minimum de continuité que s'ils bénéficient, au départ, d'une aide gouvernementale appropriée. Rappelons pour mémoire que le mensuel CROC, aujourd'hui encore très prospère, a bénéficié au moment de sa création, en 1979, d'une subvention directe de 80 000 \$, provenant du gouvernement québécois. Le mensuel SAFARIR a bénéficié lui aussi d'une subvention de démarrage du gouvernement québécois.

Au Canada, hormis l'existence de quelques *comics* édités principalement par deux petites firmes torontoises (Vortex et Aardvark Vanaheim Press) et quelques *strips* placés dans des journaux de l'Ouest du pays, la production de la majorité des créateurs n'arrive pas à trouver des débouchés tant soit peu intéressants.

Au cours des vingt dernières années, on ne compte plus le nombre de projets de périodiques de BD qui ont avorté, leurs promoteurs n'arrivant pas à supporter les frais considérables que pareille entreprise implique avant même de pouvoir toucher quelque rentrée d'argent.

(10) Que le gouvernement encourage et soutienne, à travers ses programmes de soutien aux périodiques, les projets visant la création de périodiques québécois et canadiens de BD, en prenant en considération le fait que l'aide est tout particulièrement nécessaire au moment du démarrage de ces entreprises et au cours des premières années d'opération.

Pareille aide pourrait prendre la forme de bourses de soutien, d'avances sur recettes ou de prêts sans intérêt (ou à taux d'intérêt réduit) et elle devrait permettre d'appuyer des projets dès leur création, puisque c'est à ce moment précis que l'aide est absolument indispensable.

Nous croyons, en outre, qu'il serait utile d'encourager plusieurs projets, de façon à créer une diversité de supports, visant des lectorats différents et assurant des débouchés variés pour les créateurs autant professionnels qu'amateurs (par exemple, magazine de BD pour les jeunes, magazine grand public, fanzines plus ou moins expérimentaux, etc.). L'aide gouvernementale aux périodiques culturels est chose acquise depuis longtemps ; on ne voit pas pourquoi les périodiques de BD ne pourraient pas en bénéficier eux aussi.

III. 3.2. c) Support album

Des programmes d'aide aux éditeurs de BD devraient exister, sur le modèle des programmes d'aide à l'édition de livres. Comme le marché québécois de la BD est encore très jeune et méconnu, les éditeurs généraux déjà implantés sont, à juste titre, craintifs. Depuis quelques années, plusieurs éditeurs québécois spécialisés se risquent à publier de la BD, et ce à perte. Nous croyons que ces éditeurs devraient pouvoir obtenir des formes d'aide plus conséquentes, de même que d'autres éditeurs issus de l'édition générale éventuellement intéressés par des programmes d'aide appropriés.

Dans la mesure où, en matière de BD, l'édition à compte d'auteur tend également à se développer, les programmes d'aide devraient prendre en considération ce phénomène particulier qui compte pour une part importante de l'édition de BD au Québec et au Canada.

(11) Que le gouvernement, dans le cadre de ses programmes de soutien à l'édition du livre, accorde une attention toute particulière aux projets visant l'édition d'albums québécois et canadiens de BD et que ces programmes acceptent le principe de la prépublication, spécifique à l'édition de la BD.

Il est d'autres aspects de l'édition de BD qui, bien qu'encore très peu développés, mériteraient une attention spéciale de la part des pouvoirs publics. Nous voulons parler ici de la prospection en direction des marchés étrangers, de l'exportation de notre production et de la coédition avec des partenaires étrangers.

La présence concrète de la production québécoise et canadienne de BD sur les marchés étrangers (européens et américains) est à toutes fins pratiques nulle. Pourtant, certains signes nous montrent qu'en Europe, par exemple, un certain intérêt commence à se manifester vis-à-vis de notre production⁸.

Dans la mesure où des projets particuliers se donneraient pour objectif d'exporter des BD québécoises et canadiennes à l'étranger, nous croyons que le gouvernement devrait les encourager, en mettant à leur disposition toutes les ressources matérielles et financières nécessaires, ainsi que l'expertise technique dont ils pourraient avoir besoin.

(12) Que le gouvernement encourage la prospection en direction des marchés étrangers dans le but de favoriser la promotion et l'exportation de la BD québécoise et canadienne.

Le gouvernement devrait aussi soutenir des projets concrets de coédition avec l'étranger, en accordant au moins les facilités et les avantages qui sont consentis aux éditeurs de livres et en tenant compte des difficultés propres à ce secteur du marché du livre.

(13) Que le gouvernement encourage les efforts visant la coédition avec des partenaires étrangers de BD québécoises et canadiennes.

Dans le même ordre d'idées, le gouvernement devrait accorder une aide aux projets de traduction et/ou d'adaptation de notre BD dans le but de la rendre accessible aux marchés étrangers.

(14) Que le gouvernement encourage les initiatives visant la traduction et/ou l'adaptation en langues étrangères de la BD québécoise et canadienne.

III.2.3 Diffusion/promotion

Afin que l'industrie de la BD soit plus structurée et plus efficace au Québec et au Canada, le soutien à la création et à l'édition ne serait pas suffisant s'il ne s'accompagnait de mesures concrètes favorisant la diffusion et la promotion de notre production. Les éditeurs étrangers l'ont bien compris, eux qui appuient le lancement de leurs produits au moyen de campagnes promotionnelles extrêmement efficaces : visite de créateurs prestigieux, politiques de soldes par le biais des réductions de prix aux libraires, présentoirs appropriés, publicité dans les médias, envois de dépliants ou brochures publicitaires aux représentants des médias, diffusion massive de produits dérivés (chandails à l'effigie de personnages de BD, figurines, autocollants, porte-clés, etc.), etc.

Tout projet promotionnel pertinent et bien structuré accompagnant la diffusion de nos produits (périodiques, *strips* ou albums) devrait pouvoir bénéficier d'un soutien de l'État.

À titre d'exemple, voici quelques projets promotionnels qui mériteraient d'être soutenus d'une façon ou d'une autre, par le biais des programmes déjà existants ou de nouveaux programmes créés spécialement à cet effet : campagne structurées de marketing, déplacement et location de kiosque dans divers Salons ou Foires de la BD, tournées dans les librairies, achat de présentoirs personnalisés, fabrication et diffusion de catalogues d'éditions, etc. De semblables formes de soutien motiveraient et stimuleraient sans doute certains éditeurs de livres, de journaux ou de magazines, jusque là demeurés hésitants à se lancer sur le marché de la BD.

La seule réserve à formuler ici est la suivante : il convient de s'assurer que les projets promotionnels servent au premier chef les intérêts des créateurs québécois et canadiens de BD, de même que leur production.

(15) Que le gouvernement soutienne les projets favorisant concrètement la mise en marché, la diffusion et la promotion de la BD québécoise et canadienne, sous toutes ses formes.

Pour favoriser encore plus concrètement le développement de l'industrie québécoise et canadienne de la BD, nous croyons indispensable que le gouvernement veille à s'assurer que les produits d'ici soient compétitifs face aux produits étrangers. Trop souvent le marché québécois et canadien de la BD a été l'objet de formes plus ou moins voilées de « dumping » de matériel étranger⁹.

(16) Que le gouvernement fasse en sorte de s'assurer que les produits américains ou européens de BD soient vendus, sur le marché québécois et canadien, au même prix qu'ailleurs, de façon à ce que notre BD soit vraiment concurrentielle.

Il serait, selon nous, opportun que le gouvernement explore divers modes de financement lui permettant de se doter d'un véritable programme d'aide et de soutien à l'industrie québécoise et canadienne de la BD. Ainsi, il pourrait lever des fonds en retenant — pour ses programmes de soutien à la BD — une certaine part des revenus de taxation de l'industrie des loisirs par exemple, ou encore — en s'inspirant de ce qui a cours dans le domaine de la vidéo au Québec — il pourrait envisager une levée de fonds au moyen d'une forme spéciale de taxation sur les produits étrangers.

(17) Que le gouvernement étudie l'opportunité de retenir une partie de ses revenus de taxation ou encore de prélever une surtaxe spéciale sur la vente des produits dérivés de la BD étrangère, tant américaine qu'européenne, pour financer ses programmes d'aide et de soutien à la BD québécoise et canadienne.

Jusqu'à présent nous avons surtout mis l'accent sur les mesures qui doivent être prises, au plus tôt, pour soutenir la création d'une véritable industrie de la BD au pays, dans le mesure où cela constitue la condition première de sa survie et de son développement. Néanmoins, la reconnaissance de cette priorité ne doit pas nous faire négliger d'autres secteurs d'activités susceptibles de contribuer à la valorisation artistique et culturelle de la BD québécoise et canadienne, tout en l'aidant à occuper la place qui lui revient auprès du public.

Il existe au Québec et au Canada une quantité insoupçonnée d'œuvres originales et de collections privées qui se trouvent soit éparpillées et plus ou moins livrées à elles-mêmes, soit encore inaccessibles aux public et aux divers intervenants qui aimeraient les consulter. Nous croyons qu'il est important de songer dès maintenant à corriger cet état de fait qui nous prive d'une part significative de notre patrimoine national.

Il serait souhaitable, par exemple, que le gouvernement accorde des dégrèvements fiscaux pour l'achat d'œuvres originales de BD (anciennes ou récentes) par le biais d'organismes reconnus ou à mettre sur pied, comme cela se fait déjà dans le domaine de la caricature et du dessin d'humour.

(18) Que le gouvernement encourage et soutienne les initiatives visant l'archivage et la conservation de notre patrimoine de BD, les recherches et les études permettant de mieux connaître son histoire propre et enfin les activités contribuant à la mise en relief de la spécificité artistique et culturelle de la BD au Québec et au Canada.

En terminant ce bref tour d'horizon de la situation de la BD au Québec et au Canada, nous ne pouvons que souhaiter vivement la création d'un comité se donnant pour objectif de réaliser une étude poussée sur le marché de la BD au pays, pour que nous puissions enfin disposer d'un tableau d'ensemble complet et détaillé des conditions qui prévalent actuellement dans le domaine particulier de cette production artistique qui nous tient à cœur.

(19) Que le gouvernement alloue des ressources financières et techniques pour la création, dans les plus brefs délais, d'un comité ayant pour mandat de réaliser une étude détaillée sur le marché de la BD au Québec et au Canada, et dont le rapport devrait servir à étayer un énoncé de politiques en la matière.

NOTES

- 1 Réalisée par Jacques Samson et parue sous le titre « Québec : une BD sans histoire... », dans *L'Année de la bande dessinée 1986/1987*, Glénat, Grenoble, 1986.
- 2 Cette étude se limitait au Québec seulement et ne prenait pas en considération la BD américaine.
- 3 La diversification considérable de la production européenne de BD témoigne en effet d'une plus grande stratification du lectorat ; chacun peut désormais trouver son compte avec la BD.
- 4 En 1987, l'album *Astérix chez Rhazade*, a vendu, au Québec seulement, plus de 125 000 exemplaires. Pareille performance d'un album de BD est, il va sans dire, absolument exceptionnelle et ne peut, en aucune façon, refléter l'état du marché de la BD pas plus que celui de son industrie. Aucune autre série de BD ne connaît actuellement de succès aussi phénoménal (par exemple, le tirage initial du 29^e album d'Astérix — dont la parution est prévue pour octobre 1991 — atteindra pas moins de 6 millions d'exemplaires !).
- 5 Le jeune public pourrait constituer un facteur important de l'accroissement du marché des productions québécoises, lui qui semble toujours aussi fervent des séries classiques européennes. Une étude de Flore Gervais (« Études sur les bandes dessinées que les enfants préfèrent », UDM, PPMF-Primaire, Montréal, 1982) a en effet montré que les cinq séries les plus lues par les enfants de 6 à 12 ans étaient, respectivement, *Boule et Bill*, *Tintin*, *Les Schtroumpfs*, *Astérix* et *Lucky Luke* ; le corpus à l'étude ne comportait, il va sans dire, aucun titre québécois... En regard de cela, l'expérience de Prouche (Pierre Larouche) qui a vendu chaque titre de la série *Électrozz et Bozz* à environ 5 000 exemplaires, dans la seule région du Saguenay, donne à réfléchir !...
- 6 Mentionnons néanmoins, dans le domaine de la presse parallèle, l'existence du magazine anglophone *DRAWN & QUARTERLY* (édité à Montréal depuis juin 1990), qui se distingue nettement par la qualité semi-professionnelle de son contenu.
- 7 Au printemps de 1991, l'éditeur de CROC a lancé deux autres magazines humoristiques, *ANORMAL* et *MAD QUÉBEC*.
- 8 Deux exemples à ce sujet. De 1984 à 1991, la principale revue française d'information et d'analyse sur la BD — *LES CAHIERS DE LA BANDE DESSINÉE* — a eu un correspondant québécois permanent qui rendait compte annuellement, à l'intention de ses lecteurs, de la situation de la BD au Québec. En janvier 1991, l'éditeur de CROC a conclu une entente de coédition avec les éditions Dargaud (France) pour diffuser en Europe francophone l'album *Kamarade Ultra* de Godbout et Fournier.
- 9 Pendant longtemps plusieurs magazines américains ont été vendus au Canada au prix nominal américain, sans qu'il soit tenu compte de l'écart existant entre nos devises respectives. Pareille pratique représente à nos yeux une forme évidente de « dumping ».

Table des matières

Préambule	II
I Portrait d'ensemble de la bande dessinée	3
I.1 Spécificité et diversité de la bande dessinée	3
I.2 Préjugés courants entourant la bande dessinée	3
I.2.1 La BD, une lecture pour jeunes ?	3
I.2.2 La BD, une production humoristique et divertissante ?	4
I.2.3 Les créateurs de BD, des artisans ou des artistes ?	5
I.2.4 La BD, un mass media ou un art ?	6
I.3 Situation de la BD en Europe et aux États-Unis.....	7
I.3.1 Les <i>comics</i> américains.....	7
I.3.2 La BD européenne	8
II Situation de la bande dessinée au Québec et au Canada	11
II.1 Généralités	11
II.2 La BD au Québec	11
II.2.1 Les débuts (1900-1940)	11
II.2.2 Les années quarante	13
II.2.3 Les années cinquante et soixante	14
II.2.4 Les années soixante-dix : un vent de renouveau... ..	14
II.2.5 Les années quatre-vingt	15
II.2.6 En guise de conclusion	16
II.3 La BD au Canada	17
II.3.1 Les débuts (1900-1940)	17
II.3.2 les années glorieuses (1941-1946)	18
II.3.3 Les années soixante-dix	19
II.3.4 Les années quatre-vingt	20
II.3.5 En guise de conclusion	20
III Recommandations	24
III.1 Soutien de l'État	24
III.2 Reconnaissance spécifique de la BD	24
III.3 Priorités et formes d'aide gouvernementale	25
III.3.1 Création	25
III.3.2 Édition.....	26
III. 3.2.1 Parenthèse sur le marché de la BD au Québec	26
III. 3.2. a) Support journalistique	27
III. 3.2. b) Support périodique	28
III. 3.2. c) Support album	30
III.2.3 Diffusion/promotion	31
Table des matières	34