

UN ÉTÉ AVEC LES HEBDOS B.D.

par André Igwal

*Grand amateur de bandes dessinées
en tous genres, chroniqueur à « Fluide glacial »,
enseignant, André Igwal a dépouillé pour nous
quatre hebdomadaires de bandes dessinées
publiés pour les enfants.*

En ces mois chauds de l'été 1989, que publie la presse hebdomadaire de bandes dessinées ? Comment réagit-elle sous les assauts des chaînes télé et des logiciels ? Quantitativement, « Mickey » (Le journal de) et « Pif » (ex-gadget) offrent les plus gros chiffres de vente. « Spirou » (magaziiiiine) est loin derrière. « Tintin » (reporter) s'est noyé en juillet. A l'arrière-saison, « Hello Bédé » tente une sortie.

L'aventure de « Tintin reporter » n'aura pas duré un an. 34 numéros et puis s'en va. Le fameux groupe Ampère, sur lequel les médias ont beaucoup glosé (il s'est constitué à coups de millions catholiques), n'a pas su exploiter l'imaginaire porteur du journaliste à la houpette. On ne peut pas dire que la mort du journal de Tintin ait agité la grande presse. Comment rater un journal avec un tel acquis et un tel potentiel ? Sans doute, voyant le succès des mensuels de Bayard-Pressé ou des éditions Milan, les concepteurs de « Tintin reporter » ont-ils décidé de minimiser la bande dessinée et de développer la partie magazine. Erreur. Achète-t-on un journal titré « Tintin » pour autre chose que la bande dessinée ? Achète-t-on de la bande dessinée pour se retrouver à l'école ? « Tintin reporter » était piteux, sans invention, sans nouveaux héros forts, avec des B.D. tristounettes à vocation instructive. La maquette était froide et sans

densité. Aucun souffle. Durant le mois de juillet, on ne retiendra que le n° 33, spécial Espace, avec l'hommage à Hergé de plusieurs dessinateurs. C'est bien maigre.

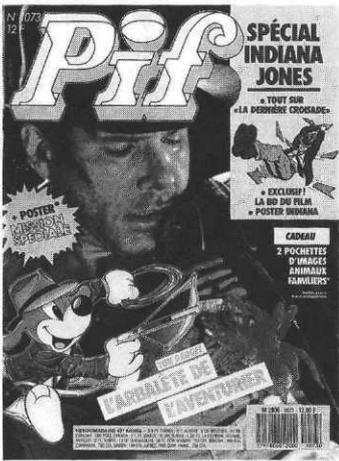


Salut Tintin, hello Bédé !, « Hello Bédé », c'est l'hebdomadaire des éditions du Lombard qui publiaient jadis « Le journal de Tintin » et qui lancent un nouveau support pour leur collection de personnages. Quand on a des héros aussi connus que Cubitus, voire Ric Hochet, comment en arrive-t-on à trouver un titre aussi ringard que « Hello Bédé » qui ne dit rien à personne ? Comment fait-on pour sortir une aussi laide couverture pour son n° 1 ? Ne parlons pas de la maquette, il n'y en a pas. Avec



« Hello Bédé », on fait un retour de 30 ans dans le passé.

Pourtant, pour qui aime la bande dessinée classique, d'aventure et de détente, « Hello Bédé » est une expérience alléchante. Les séries (Cubitus, Ric Hochet, Neige, l'inventaire Lombard) sont là. Il suffirait d'un grain de dynamisme pour transformer ce catalogue en un véritable *revival*. Dans le foisonnement des planches, une seule originalité : les gags en une page de *Viva Zapapa* du Hollandais Peter de Smet, importés de la version flamande de « Tintin ».



Si Ampère n'a pas su tirer profit de l'univers de Tintin le reporter, ce n'est pas le cas d'Hachette avec Mickey la souris, ni des publications de la presse communiste avec Pif le chien.

Lucky Luke, Achille Talon, Gaston Lagaffe, les Schtroumpfs, Boule et Bill, Lucien et Astérix, tout le monde connaît. Lus et relus. Devinez qui prend le risque énorme de les publier ? « Pif » n'hésite pas. Il est loin le temps où il osait lancer le Concombre Masqué, Gai-Luron ou Corto Maltese. Les planches originales sont rares. Désormais « Pif » réédite. Soit des succès incontestables, soit du matériel de son propre stock comme *Horace le cheval du far-west* ou *Supermatou* du défunt Poirier, *Arthur le fantôme* du regretté Cézard ou *Les As* du studio (fermé) de Greg.

« Pif » aime tant bégayer qu'il n'a pas même attendu que les générations de lecteurs se renouvellent pour publier le même gag de *Léonard le génie* dans deux numéros successifs (n° 1070 et 1071) - sous deux titres différents, il est vrai. Cette gaffe éditoriale est assez symbolique de l'impression de fourre-tout que laisse « Pif ». Acheter « Pif », c'est, en même temps, se rendre au Concours Lépine et au Salon de l'emballage. Le film rétractable enveloppe une avalanche de gadgets ou de suppléments. Toujours plus. On semble vouloir donner au lecteur l'impression qu'il en a pour son argent alors qu'il ne peut jeter un simple coup d'œil à l'intérieur. Un journal impossible à feuilleter, est-ce encore un journal ? Rotoplaneur, ovni solaire, arbalète de l'aventurier, jet balloon, chaque semaine le gadget fait la une. C'est la locomotive du journal, l'univers de Pif n'ayant jamais été aussi public et organisé que celui de Mickey.



Pourtant, on sent une volonté de se rapprocher de l'exemple américain : les personnages animaliers ont la même rondeur de trait et leurs aventures pourraient être interchangeables. Chez « Pif », le savant Grotalent rappelle Géo Trouvetout. Les héros sont animés par divers auteurs, et curieusement certains travaillent pour les deux publications. Ainsi l'excellent dessinateur Cavazzano invente des histoires de Pif alors qu'il donne vie à To-

polino, c'est-à-dire Mickey, en Italie. Pour « Le journal de Mickey », il a créé Les années folles de Clarabelle. Le scénariste prolifique Cortegiani émerge dans les deux hebdomadaires. Il scénarise Pif et les B.D. Disney. Ne se mélange-t-il pas les pinceaux parfois ? Avec son complice Tranchand il a même une série de gags en une planche dans « Mickey » (L'école Abracadabra) et dans « Pif » (Smith et Wesson). Il a travaillé pour les deux journaux avec le dessinateur réaliste Mitton et Cavazzano - sa série Marine est passée d'un journal à l'autre.



Les similitudes ne s'arrêtent pas là. « Pif » et « Le journal de Mickey » utilisent sensiblement les mêmes recettes : récits complets, nombreuses pages de jeux, mini-récits centraux, mise en page éclatée de la couverture, suivi de l'actualité, appel aux vedettes de la télé - surtout dans les domaines du sport, de l'aventure ou des animaux. « Pif » ajoute un zeste de Top 50 : Elsa voisine l'inévitable Commandant Cousteau ; Madonna, Prince, Goldman et Michael Jackson fréquentent Jacques Mayol, Jean-Luc Étienne ou Batman. Lorsque Indiana Jones paraît sur les écrans, on a Donald Jones en couverture de « Mickey » et Pif Jones en couverture de « Pif ». Comme « Pif », « Mickey » gère son stock d'images. En juillet, petit bonheur sur cinq numéros, une aventure de Mickey des années

30, redessinée, remontée et fraîchement colorisée : *La vallée infernale*. Deux mois plus tard, « Le journal de Mickey » prend un coup de neuf : nouveau logo plus branché, format réduit, nouvelles séries de gags, suppléments, apparition claire des signatures (même si le tampon Walt Disney est toujours dans un coin de case). « Mickey » se « pifise ». Ce n'est pas une révolution.

Face à ces deux monuments qui accumulent les histoires insipides et hors du temps, « Spirou » fait figure d'explosif. Depuis quelques mois il fourmille de drôleries et d'enthousiasme. On sent un journal qui vit. Cela se voit à la mise en scène toujours inventive des sommaires, aux strips bouche-trous, aux créations de rubriques. Grande surprise fin juin : l'arrivée inattendue du Concombre Masqué de Mandryka, présent désormais chaque semaine sur une page. La cucurbitacée râleuse qui commença sa carrière dans « Vaillant-Pif » n'a rien perdu de sa fraîcheur. Aux côtés d'un patrimoine solide qui constitue le fond des histoires à suivre (Sibylline de Macherot, Les Tuniques Bleues de Lambil et Cauvin, Sammy de Berck et Cauvin, Spirou de Tome et Janry), « Spirou » sait renouveler sa collection de héros. Le gang Mazda, Pierre Tombal, Les Poubelles, Le Trou du souffleur vivaient difficilement ailleurs.

« Spirou » fourmille d'idées et on n'en finirait pas d'énumérer ses qualités : le retour de Bizu, Corneratatuille, les gags en rafales de mitrailleuse d'un nouveau venu, Salma, Jimmy Tousseul, Tom Carbon, la partie rédactionnelle loufoque, les pages-hommages à Charlier et 421. Pour suivre le mouvement, « Spirou » donne parfois dans le gadget. Il exploite les archives de Gaston Lagaffe d'un Franquin très rare. Gaston est revenu sous forme de cours d'anglais et de figurines en carton à monter. On préférerait lire de nouveaux gags. « Spirou » étant le seul hebdomadaire fidèle à sa tradition de création, d'originalité et d'impertinence, le lecteur aura compris où va ma préférence. ■