

Lettres québécoises
La revue de l'actualité littéraire



Chez Pow Pow, l'été est arrivé

Sébastien Lavoie

Number 164, Winter 2016

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/83985ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Lettres québécoises inc.

ISSN

0382-084X (print)

1923-239X (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lavoie, S. (2016). Chez Pow Pow, l'été est arrivé. *Lettres québécoises*, (164), 62–63.

Chez Pow Pow, l'été est arrivé

Après six printemps, l'éditeur de romans graphiques ouvre un nouveau chapitre à son existence alors qu'il s'apprête à conquérir le monde, c'est-à-dire l'Occident. Genèse d'un quasi-accident.

Issu du monde de la pub où il a travaillé dix ans autant comme graphiste que comme directeur artistique, Luc Bossé a une formation en communication graphique. L'édition, comme la bande dessinée, il a grandi dedans. À douze ans, il fonde sa première revue, *Familiale*, distribuée dans sa parenté et dans laquelle il présente notamment des bandes dessinées de son cru.

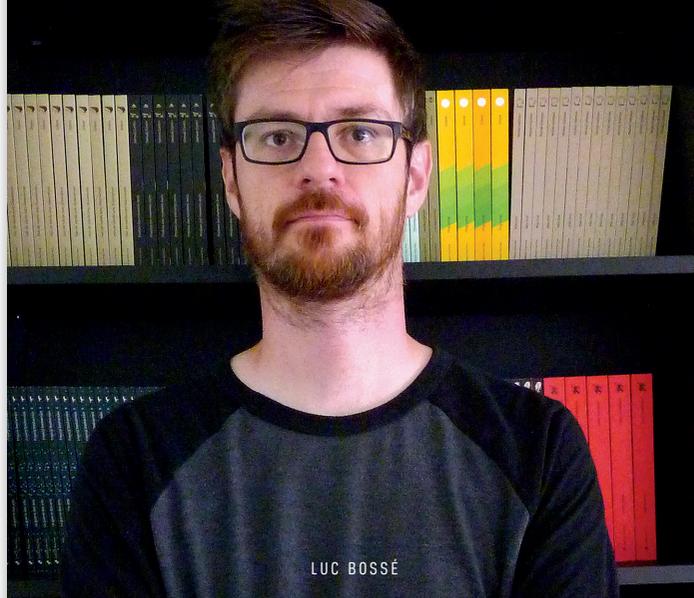


C'est par les classiques qu'il vient à la BD, Astérix, Gaston Lagaffe et Philémon en tête. « Pendant que je faisais du graphisme, je me suis un peu tanné de raconter les histoires des clients commerciaux... » Il fonde un blogue dans lequel il publie ses « strips ». Après un an, le « graphiste en lui » veut faire un livre de ses réalisations et c'est ainsi qu'un fanzine¹ voit le jour. « Mais j'en voulais plus. J'ai donc laissé tomber mon emploi pour me concentrer à temps plein là-dessus. » De fil en aiguille, il rencontre plein de bédéistes, se décide à se publier et publie du même souffle *Apnée* de Zviane. « Je suis devenu éditeur un peu par accident. » Et sans préparation.

Le succès est instantané, du moins en ce qui a trait à la réponse médiatique. Le premier service de presse vient à peine d'être envoyé que déjà le téléphone de M. Bossé sonne. C'est Fabien Deglise, du *Devoir*, qui lui soumet une panoplie de questions. Quelle est la ligne éditoriale de la jeune maison d'édition, le rythme des parutions envisagées, le style d'ouvrages mis de l'avant... « Il me posait des questions, mais je n'avais pas de réponses. Je ne savais pas dans quoi je m'embarquais ! »

Mais, au fait, pourquoi Pow Pow ? C'est « en quelque sorte » un accident. Dans le fanzine du sieur Bossé, il y avait un personnage qui s'appelait Ninja Pow Pow. « Celui-là, je l'aimais, j'aimais cette sonorité qui se tient bien. » Sonorité somme toute visuelle et bien rattachée à l'univers de la bande dessinée ainsi qu'à notre coin de pays. Au Canada anglais aussi on dit « pow pow », alors qu'en Europe francophone on dit « pan pan ». « Je trouve l'onomatopée vraiment locale, si l'on peut dire... Mais à l'époque, ce n'était rien d'aussi réfléchi que ça. Le choix du nom était à la limite accidentel. »

Luc Bossé se lance dans l'édition « un peu intuitivement. Il n'y avait pas de recherche ». « Ça va faire six ans que Pow Pow existe et je commence seulement à réaliser qu'il s'est passé effectivement quelque chose. » Vers cette époque, souvenons-nous, la télé nous présentait une pub où deux jeunes hommes discutaient. Le premier ridiculisait le second parce que celui-ci lisait, encore à son âge, de la bande dessinée. « Des romans graphiques », répliquait le second avec un manque de conviction évident qui permettait au premier d'enfoncer avec assurance le clou de sa supériorité.



LUC BOSSÉ

« Il y avait à l'époque un besoin dans le monde de la bande dessinée québécoise ; il n'y avait pas beaucoup d'offres dans ce genre-là. » N'empêche, on peut conclure que, tout maladroite qu'il fût, le second personnage de cette publicité représentait une quantité assez appréciable de gens pour que celle-ci permette à des éditeurs comme Pow Pow de surnager, sans plus. « Vendre 2-3 000 livres, c'est intéressant, mais ce n'est quand même pas beaucoup non plus. Ça en prend plus quand on veut faire vivre les auteurs. »

Rétroactivement, on peut sans doute affirmer que Luc Bossé avait su saisir le *zeitgeist* : « J'avais l'impression que des gens avaient le goût de lire ce genre de livres-là. J'ai été un peu chanceux en ce qui a trait au moment choisi. Peut-être que c'est pour ça que, sans avoir fait vraiment mes preuves, des articles dans le *Journal de Montréal* et d'autres médias ont tout de suite paru. Les gens avaient peut-être le goût de ça... »

Peut-être le goût de « ça », mais pas que ça... Plus tard dans la discussion, l'éditeur oubliera l'attitude complètement humble qui caractérise son approche pour lâcher que : « Les nouvelles ne sont pas relayées si tu fais des livres de crotte. » Évidemment.

L'INDÉFINISSABLE LIGNE ÉDITORIALE

« En gros, ça s'adresse aux lecteurs de BD plus adultes. » C'est la meilleure définition que je parviens à tirer du sieur Bossé, bien qu'au téléphone il tente de répondre à ma question pendant de longues minutes. « Je ne suis pas capable ! » finit-il par avouer. « Au départ, c'est l'histoire qui doit me parler. Ensuite, le dessin doit l'appuyer, bien l'accompagner. Le graphiste en moi a besoin de voir un dessin clair, un dessin qui se met au service de l'histoire. Parfois, je reçois des trucs super beaux, mais avec une histoire incompréhensible comportant des faiblesses narratives. Je dois faire attention avec les projets tape-à-l'oeil ; je ne veux pas me laisser prendre au jeu. »

La ligne éditoriale, finalement, c'est Luc Bossé : « Je le lis, j'aime et j'imprime », me dit-il. Ce qui me laisse perplexe. Métier oblige, j'insiste. Et il me nomme ceux de son cercle qui ont voix au chapitre. Je m'étonne alors qu'il me dévoile ces noms, lui faisant valoir que la plupart des éditeurs préfèrent ne pas les révéler afin de les mettre à l'écart des pressions des pairs. Il réalise qu'il a eu tort de me révéler leurs noms, concède à ses confrères une sagesse et me prie de taire le nom de ses adjutants. Je rapporte l'anecdote pour décrire l'absence de calcul et la fraîcheur de l'éditeur.

« Je me suis fait proposer récemment un titre qui avait un gros potentiel commercial. Ça peut se vendre beaucoup et c'est intéressant, mais ce n'est pas pour moi parce que je ne pense pas que je sois la bonne personne pour le faire. Pour l'auteur et pour Pow Pow aussi. »

Les succès du site Érudit

Dans un communiqué diffusé en octobre dernier, Érudit se félicitait d'avoir signé une entente de renouvellement de contrat avec le CCSR (Centre collégial des services regroupés). Ainsi, 140 000 étudiants et professeurs des cégeps auront la possibilité de consulter, à partir des 50 bibliothèques membres du CCSR, toutes les données recueillies par Érudit. L'inventaire des revues savantes et culturelles d'Érudit est considérable et connaît un succès phénoménal : 23 millions de visiteurs de partout dans le monde ont cliqué pour avoir des informations sur des titres de l'ensemble du corpus, qui contient aussi des livres. Selon le communiqué, le site Érudit est « l'un des plus consultés à travers le monde ». Il couvre les sciences humaines et sociales, les arts et la littérature. Le site est ouvert à tous, mais principalement aux chercheurs. Il a été créé en association avec l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. De plus, *Érudit* s'est associé à la plateforme pancanadienne Synergies. C'est l'Université de Montréal qui a instauré ce projet regroupant l'Université de Toronto, l'Université de Calgary, l'Université Simon Fraser et l'Université du Nouveau-Brunswick.



Érudit répertorie des centaines de revues. De fait, la liste, en français, mais aussi en anglais, est impressionnante. J'en ai dénombré plus de 340 ! *Lettres québécoises*, à la suite d'une entente avec la Sodep (Société de développement des périodiques culturels québécois), fait partie du site Érudit depuis 2010. Nous ne pouvons que nous en féliciter. En 2015, *Lettres québécoises* a reçu 54 401 visiteurs. Ces derniers ont lu 316 246 pages pour une moyenne de 5,81 pages par visite, c'est-à-dire l'équivalent de deux chroniques. Les pays qui s'intéressent à notre littérature sont, pour l'année 2015, par ordre décroissant, la France, les États-Unis, la Chine, les Pays-Bas, le Canada, la République tchèque, l'Allemagne, la Belgique et le Maroc. Jamais, dans l'histoire de notre revue, celle-ci n'a-t-elle connu autant de lecteurs venus de l'Amérique, de l'Europe, du Proche-Orient et de l'Asie.

Il est difficile de dire quelle place nous occupons, par rapport aux membres de la SODEP, en ce qui concerne les visiteurs du site. Érudit, par souci de confidentialité, a poliment refusé de nous renseigner à ce sujet, mais si l'on se fie à l'*Étude sur le lectorat des revues culturelles* réalisée par Extract Recherche Marketing, enquête qui s'est déroulée du 25 janvier au 15 août 2013 auprès de 1 443 participants disséminés à travers la province de Québec et qui regroupait toutes les revues membres de la SODEP, *Lettres québécoises* s'est classée troisième parmi les revues les plus lues avec 24 % des lecteurs consultés. Sur la foi de ce résultat, on peut présumer – sans risque d'erreur sérieuse – que nous occupons le même rang sur Érudit. Cela est d'autant plus probable que le titre de notre revue nous favorise grandement par rapport à *Nuit blanche* (deuxième avec 25 % des lecteurs), dont l'appartenance au Québec n'est vraiment pas évidente. Or les internautes cherchent toujours la voie la plus rapide pour arriver à leur but. *Lettres québécoises* est une piste qui ne laisse aucun doute sur le contenu de la revue et sur son origine. Il y a de quoi nous rendre fiers. J'en profite du même coup pour féliciter tous nos collaborateurs et collaboratrices. A.V.

Ce qu'il privilégie, ce sont les longues histoires. Ce qui ne l'empêche pas de se faire aussi proposer parfois des BD à gags qu'il s'est refusé jusqu'ici à publier, sans fermer tout à fait la porte à ce genre, sous réserve d'excellence.

On pourrait donc conclure de manière sibylline que ce n'est pas parce que Luc Bossé n'a pas de politique éditoriale qu'il n'a pas de politique éditoriale.

Mais qu'aime-t-il, quel serait le Saint Graal de l'éditeur de romans graphiques ? *Maus*, d'Art Spiegelman ? « Ça aurait été le fun. » Mais il n'y a pas que lui : « Lewis Trondheim a toujours été un incontournable pour moi. En vieillissant, j'ai un peu décroché de mes premières amours et j'ai raccroché avec le mouvement de la nouvelle bande dessinée française². D'avoir publié un livre de Trondheim, c'est un sceau, une consécration. » D'autant que c'est Trondheim lui-même qui l'a approché. L'éditeur est aussi fier d'avoir publié Guy Delisle, bien que leur collaboration se soit fait autour d'un projet plus alternatif (*Croquis de Québec*).

Le lancement originel de la maison d'édition a mis sur le circuit *Yves, le roi de la croûte*, d'Alexandre Simard et de ce même Luc Bossé, ainsi que le livre de la désormais célébrée Zviane. « J'aime avoir publié ces deux livres ensemble. C'était moins gênant. Deux pôles étaient réunis, la comédie dramatique et le drame vraiment dramatique. Ça posait des balises assez larges après lesquelles on pouvait jouer. »

VERS LA PROFESSIONNALISATION

Si l'on peut conclure que le printemps de la vie des Éditions Pow Pow tire à sa fin, c'est en questionnant aussi son éditeur sur le système de subventions vers lequel il commence à porter son regard. « Je n'ai pas le temps ou l'intérêt pour le faire. Les subventions, c'est un gros gâteau. Je suis le nouveau qui embarque, qui veut son morceau, et je ne sais pas comment c'est vu et comment ça se passe. Par ailleurs, je sens que j'ai besoin d'aide. » Aide qu'il a commencé à réclamer.

Pour les organismes subventionnaires aussi, l'arrivée de la BD représente un inédit, souvent la case bande dessinée n'existant pas encore. Parfois, ces éditeurs entrent dans la catégorie « art visuel » et ils se font juger par des gens qui n'ont aucun lien avec la BD. « Ça n'a pas de sens : une BD est une œuvre littéraire au même titre que les autres ! Le dessin est une forme d'écriture ! »

L'autre chose qui choque Luc Bossé, c'est aussi le peu de cas que font les organismes subventionnaires de la relation entre l'éditeur et son imprimeur. Pow Pow se fait un devoir d'imprimer ses livres au Québec et non en Asie où cela coûterait beaucoup moins cher. Est-ce que ça ne devrait pas entrer en ligne de compte lorsque les organismes étatiques accordent leurs deniers ? Cela ne fait aucun doute pour l'éditeur, mais l'auteur de ces lignes n'a pas vérifié la faisabilité d'une telle initiative auprès de l'OMC... De toute façon, avec un peu de mauvaise volonté, il y aurait toujours moyen de moyenniser et sans doute qu'il le faudrait...

Cet automne, Pow Pow se lance à l'assaut des marchés européen et anglo-américain. Nous lui souhaitons la meilleure des chances dans ces marchés la plupart du temps saturés. C'est l'été de Pow Pow et il fait déjà chaud.

1 Fanzine : Contraction entre « FANatic » et « MagaZINE », le fanzine est artisanal, réalisé en nombre très limité et est le fait d'adeptes de littérature de genre ou des tenants d'une idéologie marginale.

2 <http://www.leflog.net/post/2006/03/11/39-nouvelle-bd-actu-histoire>