

Fait à Somzée, le 10 septembre 2011

Monsieur,

C'est au nom d'un grand nombre de signataires, lecteurs et anciens lecteurs de *Picsou Magazine*, que je vous écris. Nous pensons que sous sa forme actuelle, le *Picsou Magazine* ne répond plus aux critères de qualités avec lesquelles beaucoup d'entre nous ont grandi et qui étaient la caractéristique des publications Disney de langue française. Nous estimons qu'aujourd'hui, le *PM* n'est plus la perle de revue qu'il était autrefois, quand nous l'avons connu à la fois divertissant et intelligent.

Nous vous écrivons cette lettre afin de soumettre à votre attention quelques remarques et réflexions quant à la qualité de votre périodique, si chère à nos yeux. Je me propose de vous les exposer à travers différents points, certes un peu longuets, mais qui permettent d'exprimer notre pensée de manière adéquate.

Tout d'abord, les sempiternelles rééditions du « père fondateur » Barks et de son talentueux continuateur Don Rosa. Comme l'indique ce choix de mots très flatteurs, nous autres les fans de *Picsou* admirons et adorons ces deux auteurs, mais cela ne nous empêche pas d'être au bord de l'indigestion. Les mêmes histoires nous sont proposées en circuit fermé, encore et encore, parfois même deux fois de suite (les hors série Trésors de *Picsou* sont remplis de doublons). Nous entendons bien qu'une ligne éditoriale stricte a dû être édictée afin de différencier le *Picsou Magazine* (axé sur les publications de l'école américaine) d'autres publications comme le Super *Picsou Géant* (axées sur toutes les autres œuvres). Néanmoins, nous sommes tous forcés de constater que la source privilégiée par le *Picsou Magazine* est d'ores et déjà complètement tarie: Barks est mort, et Don Rosa à la retraite. La raison d'être du *PM* existe-t-elle toujours, dès lors, si on se limite à ces productions, qui représentent au fond une infime minorité de l'ensemble des bandes dessinées de cet univers ?

Ensuite, en lien avec le premier point évoqué, l'absence de variété dans les auteurs proposés. Si votre ligne éditoriale vous demande de rester dans un univers « barksien », vous pouvez très bien publier du Vicar, du Jippes ou du Verhaegen sans vous trahir ; vous nous direz sans doute que vous le faites, et c'est tout à fait exact. On ne peut nier qu'un effort visible a été fait de ce côté-là depuis quelques années. Mais cet effort reste malheureusement insuffisant (comme en témoigne le premier point de la présente lettre).

En outre, nous sommes conscients que le public cible d'un magazine tel que le vôtre n'est pas considéré comme « durable ». Le *PM* doit être attirant pour « la jeunesse », un public toujours disponible, mais qui ne reste jamais bien longtemps constitué des mêmes personnes. Autrement dit, Le *PM* n'est pas publié pour des « habitués », encore moins s'il s'agit d'adultes – lesquels, nous direz-vous sans doute, ne forment pas un lectorat attendu pour des bandes dessinées Disney. Nous pensons que vous auriez tort de négliger ce public « adulte », qui a grandi avec le *Picsou Magazine*, et attend encore aujourd'hui quelque chose de lui. En aucune façon nous n'espérons voir le *PM* devenir une revue orientée adultes ; nous souhaitons

simplement attirer votre attention sur le fait qu'eux aussi vous lisent, et par là même, relisent les mêmes histoires depuis toujours.

De plus, alors que le soin apporté à l'image du magazine s'est accru (plus grande recherche dans le sens du marketing, couleurs de la maquette, infographie), il nous apparaît que le soin global apporté aux BD publiées s'étirole depuis les dix dernières années. Si les histoires colorisées par ordinateur sont « propres », elles ont aussi une palette de couleur extrêmement limitée et sans fantaisie. De plus, les coquilles sont extrêmement nombreuses, et les traductions ne rendent pas hommage à la qualité de la langue (surtout dans le cas des histoires de Don Rosa). Même si *PM* n'a pas a priori une vocation pédagogique, on ne peut que regretter les imprécisions que génèrent souvent toutes ces coquilles. Ainsi dans *La Quête du Kalevala* peut-on lire que les anciens Scandinaves écrivaient à l'aide de « ruines » au lieu de « runes ». Les exemples malheureux comme ceux-ci sont nombreux, mais leur recensement n'est pas l'objet de cette lettre.

Venons-en maintenant aux fameux cadeaux. Ceux-ci ne concernent évidemment pas vos lecteurs adultes, qui, quelle que soit leur qualité n'en font bien entendu pas usage. Mais sachez que nombre de vos lecteurs ados et préados s'en plaignent. Peut-on les blâmer ? Ceux d'entre eux qui s'intéressent aux anciens numéros font cet amer constat : il y a dix ans encore, les gadgets du *PM* étaient un trésor d'inventivité (boite magique, sonnette à eau, etc.), alors qu'aujourd'hui, un gadget sur deux est un monstre gluant ou une « boîte à prout ». Difficile de ne pas éprouver de frustration en comparaison. Sans compter l'hilarante occurrence du numéro qui coute plus cher que d'habitude à cause du cadeau ; dans notre expérience, un cadeau qu'on paie (aussi bas soit le prix) n'est pas un cadeau, c'est un achat. Je crois que beaucoup de lecteurs préféreraient ne pas avoir de gadget plutôt que de souscrire à cette politique un peu étrange.

Enfin, nous avons remarqué que plus aucune rubrique ne se veut instructive. D'accord, *PM* n'a pas pour mission de devenir un clone de *Science & Vie Junior*, mais il y a tout de même un manque évident. À l'apogée de sa publication, le *PM* comptait dans chaque numéro quelques pages d'information sur les auteurs des bandes dessinées présentes, sur les références à la vie réelle observables dans lesdites histoires, etc. Aujourd'hui, à part dans le cadre de numéros spéciaux, il n'y a plus de place pour tout cela, même noyé entre cinq pages de jeux vidéos et trois de « blagues sur les prouts »...

Je tiens à insister, une fois encore, sur le sens de cette lettre. Nous qui l'avons rédigée et signée, sommes des défenseurs d'une revue avec laquelle nous avons grandi, et qui a gardé dans nos mémoires une certaine valeur. Parmi nous, il y a des adultes, certes, mais aussi des jeunes appartenant à votre public cible, et tous expriment pourtant les mêmes griefs. Les « vieux » regrettent un âge d'or qu'ils ont connu, et pas mal de jeunes mordus de Picsou trouvent injuste de ne l'avoir jamais vécu, cet âge d'or.

Ces nouveaux lecteurs ne méritent pas moins que les anciens un *Picsou Magazine* de qualité, qui soit distrayant mais aussi instructif. Parce que même si l'éducation n'est pas la mission première de votre publication, c'est tout de même un

rôle qu'elle remplit sans le vouloir. Et éduquer, c'est aussi proposer de la qualité, avoir de l'ambition pour les jeunes. L'ambition, c'est savoir de temps à autres sacrifier la démagogie (ne proposer que ce qui plait immédiatement) et faire découvrir des choses nouvelles.

En outre, nous pensons sincèrement que toutes ces lacunes évoquées nuisent gravement à la pérennité du *Picsou Magazine*. Je crois pouvoir dire sans me tromper que les nombreuses nouvelles maquettes qui ont été mises en places ces dernières années témoignent d'une certaine perte de vitesse. Nous vous remercions d'ailleurs d'avoir investi tous ces efforts dans la refonte du journal, mais cette refonte n'était pas, d'après nous, la bonne.

Nos remarques ne sont certes pas celles d'un groupe d'experts, mais celles d'un lectorat bien réel, et sans doute plus étendu que vous ne l'imaginez. Moi-même, porte-parole de cette lettre, je suis professeur de français ; alors que je n'aurais pas rechigné à me servir de vos vieilles publications en classe, je n'en ferais rien aujourd'hui. Et je le regrette vraiment, croyez-le.

Nous espérons que vous porterez à notre lettre autant d'attention que nous portons au *Picsou Magazine*. Dans l'attente de votre réponse, je vous prie de recevoir, Monsieur, l'assurance de nos sentiments les meilleurs.

- Alban Leloup, au nom des signataires susmentionnés.