

La série *Astérix* s'étire sans se renouveler « L'Iris blanc », 40^e album, est d'abord une planche à billets

L'« iris blanc », sous couvert de développement personnel et de pensée positive, évoque une technique de manipulation mentale. Avec un petit malin comme Astérix, vous vous doutez bien que cela ne va pas fonctionner ! Mais « L'Iris blanc », ce quarantième album d'*Astérix* (48 pages, 10,50 euros), va-t-il mieux opérer sur ses millions de lecteurs ?

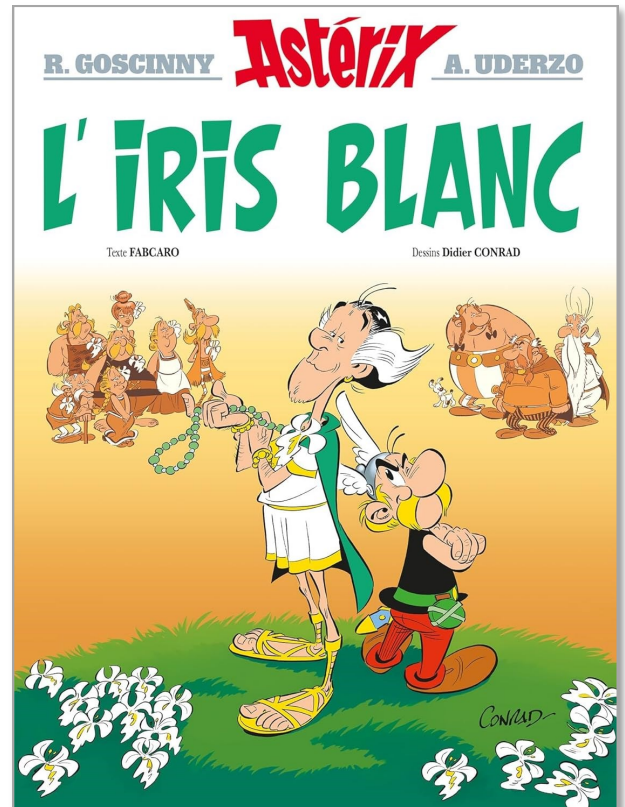
Hachette, la maison-mère des éditions Albert-René, a sûrement plus d'une potion dans sa besace pour nous faire avaler sa propagande commerciale ! Suffit-il de nous avoir vendu un album pour qu'on prenne plaisir à le lire et qu'on attende déjà le prochain ?

« L'Iris blanc » ne tient pas les promesses des annonces. Ce n'était peut-être pas le bon jour pour le parcourir ? Alors, nous nous sommes replongé dans « *Astérix le Gaulois* », le tout premier de la longue série, paru en 1961 chez Dargaud. Et là, indéniablement, la magie opère de nouveau ! Nous avons retrouvé « *Astérix* »...

Qu'est-ce qui ne fonctionne plus aujourd'hui ? A priori, ce n'est pas au niveau du dessin : s'inscrivant dans la continuité mais avec une dose de touche personnelle, Didier Conrad s'en sort plutôt bien pour remplacer Albert Uderzo (1927-2020).

Pour les textes, sans doute René Goscinny (1926-1977) est-il inégalable ? Jean-Yves Ferri n'était pas convaincant ; pour ce quarantième album, Fabcaro ne l'est pas non plus. Ce qui ne va pas ? Beaucoup de bavardages... Un sentiment de « déjà lu »... Des jeux de mots tirés par les cheveux (cf. « orphelin » / « hors félin »)... Des noms de personnage moins recherchés... Des maximes déformées et parfois un peu hermétiques...

La fourberie de Vicévertus, ou plutôt ses flatteries devraient nous faire sourire, mais cela fait « flop ». De même la caricature des « bobos » lutéciens à



« L'Iris blanc » : d'abord une très bonne opération commerciale !

la condescendance excessive vis-à-vis de Bonemine. Ce qui devrait faire mouche, comme la place des femmes dans la société, relève d'une certaine facilité et demeure sans surprise.

Pour enrichir les auteurs et les ayants-droit, l'éditeur, le diffuseur, le distributeur et les détaillants, achetons cet album... mais retournons aux classiques de la série !

D'ici le prochain album, cela laisse le temps de se familiariser avec la dissonance cognitive du psychosociologue américain Leon Festinger (1919-1989) : l'acheter (pour avoir la collection complète) ou ne pas l'acheter ? Quel conflit intérieur à solutionner...