

René Angélil, 1 ***Global show business***

Par Laurent Lapierre¹

René Angélil a hissé la carrière de gérant d'artiste à un niveau inégalé chez-nous. Ce succès est dû à la conjonction de deux talents exceptionnels, où il est évident que l'art et la gérance s'interpénètrent. J'ai décidé de consacrer trois chroniques à René Angélil, le gestionnaire.

La renommée de la chanteuse Céline Dion est aujourd'hui planétaire. Au premier abord, son succès peut sembler aller de soi et n'être que la conséquence évidente d'un talent phénoménal, naturellement reconnu dans le monde entier. Mais pour quiconque a côtoyé les milieux artistiques de Montréal, de Paris, de Londres, de New York, de Hollywood et de Las Vegas, où la chanteuse s'est produite avec un égal bonheur, il tombe sous le sens que ce succès est autant, sinon plus, tributaire d'un travail stratégique exceptionnel de planification et de gestion. Ce travail de gestionnaire hors pair est celui de M. René Angélil, son gérant et producteur.

L'instinct de l'imprésario

Lorsque Mme Thérèse Dion, la mère d'une pré-adolescente à voix, s'est présentée devant le gérant de Ginette Reno, personne ne pouvait deviner qu'un jour, sa petite Céline serait connue du monde entier, qu'elle chanterait dans les plus grands stades du monde et qu'elle vendrait plus de disques que tous les artistes connus jusqu'à ce jour. Les cheveux épars, les dents mal enlignées, les sourcils épais et l'accent fortement charlemagnais n'avaient rien de *glamour*, hors cette voix puissante, bien qu'encore mal posée, mais qui possédait une couleur à nulle autre pareille. Après l'avoir entendue, René Angélil a vite reconnu d'instinct le potentiel artistique de celle qui deviendra sa cliente, et plus tard sa femme et son étroite collaboratrice en affaires.

Le choix d'une stratégie

De la première apparition de Céline Dion, à l'âge de 13 ans, à une émission télévisée de l'interviewer Michel Jasmin, jusqu'à sa prestation au Stade olympique de Montréal devant des milliers de personnes, lors de la visite du pape Jean-Paul II pour qui elle a chanté *Une colombe*, René Angélil a établi en trois ans une stratégie de vainqueur, dont il ne dérogera jamais, en saisissant sans hésiter, avec un jugement sûr, les meilleures occasions de mettre en valeur sa chanteuse. Il ne lésine pas sur les moyens. Dès les débuts, il décide de viser les sommets et de jouer la carte de la *superstar* pour celle qui est encore totalement inconnue, mais dont lui, devine le potentiel immense. Cette stratégie bien arrêtée, qu'il mettra en œuvre systématiquement, l'amènera à défoncer les portes en enfilade du *show business* mondial, qu'il sait d'expérience, comme ancien chanteur lui-même, qu'elles sont souvent verrouillées à double tour.

¹ En collaboration avec Jacqueline Cardinal de la Chaire de leadership Pierre-Péladeau

Il opte pour ce qu'il y a de mieux pour mettre en marché sa future vedette. En gestionnaire convaincu de la qualité exceptionnelle de son produit, il prend des risques calculés, allant même jusqu'à hypothéquer sa maison pour produire et lancer en grandes pompes ses deux premiers disques au Québec, qui seront aussitôt, comme il l'avait prédit, des *best-sellers*. Poursuivant son idée de l'excellence pour vendre son «diamant», il choisit avec soin un parolier connu, Eddy Marnay, dont il sait que le style fera ressortir le talent de sa jeune chanteuse, après l'avoir convaincu, lui aussi, de s'associer au succès appréhendé. À chaque étape par la suite, René Angélil poursuivra, systématiquement, la même stratégie de l'excellence, qu'il veut à la hauteur du talent et de la voix phénoménale de sa jeune artiste, et il continue de choisir avec un soin maniaque les répertoires adaptés aux différentes clientèles qu'il veut rejoindre.

À suivre la semaine prochaine.