

René Angélil, 3

Le marché mondial

Par Laurent Lapierre

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. Voici la dernière de trois chroniques consacrées à René Angélil, le gestionnaire.

Un triple marché croisé

Après Dublin, René Angélil se tourne vers le marché américain et lance en septembre 1990 son deuxième album en anglais pour lequel il négocie avec succès qu'il soit gravé, cette fois, par la puissante société Sony. La multinationale du disque n'aura pas à le regretter puisque les ventes d'albums de Céline Dion battront des records inégalés dans l'histoire de la musique pop. Ce sera ensuite l'enregistrement de la chanson-titre du dessin animé *The Beauty and the Beast* de Walt Disney qui lui vaudra un Oscar et un Grammy Award. Dans la foulée de cette exposition médiatique liée aux Oscars, René Angélil lancera son deuxième album en anglais simplement intitulé «Céline Dion», lequel connaîtra un succès phénoménal en Grande-Bretagne, fracassant les records de vente enregistrés par les Beatles... en 1965.

Après les États-Unis, l'Angleterre et le marché anglophone, ce sera la France que René Angélil ciblera, en s'associant à l'auteur-compositeur populaire Jean-Jacques Goldman, pour conquérir de front le marché francophone. L'album «Deux» sera lui aussi une réussite de vente, en France, où Céline Dion est adulée, et dans toute la francophonie. René Angélil relancera le marché anglophone à partir d'un tub tiré de «Deux», intitulé *Vol* et traduit par Fly, qui fera partie d'un nouvel album intitulé «Falling into you». En intégrant cette chanson à visée caritative à un succès commercial, le couple Dion-Angélil témoignait de préoccupations humanitaires qui ne cesseront de s'affirmer au fil de la réussite. René Angélil n'hésite toujours pas aujourd'hui à associer avec soin le nom de Céline Dion et le sien à des causes humanitaires, surtout celles qui touchent les enfants.

Synergie disques-clips-spectacles-tournées

En 1996, René Angélil obtient que Céline Dion chante la chanson d'ouverture, «The Power of the Dream» aux Jeux olympiques d'Atlanta, aux États-Unis, devant les dizaines de milliers d'Américains sur place au stade, alors que sa voix se fera entendre en direct par des millions de téléspectateurs dans le monde. L'année suivante, René Angélil orchestre le lancement de l'album «Lets talk about love» en même temps que la sortie de la bande musicale du film *Titanic* dont Céline Dion chante la chanson thème «My heart will go on and on». Cet exploit représentait, est-il besoin de le souligner?, une autre percée spectaculaire du gestionnaire d'artiste René Angélil dans l'univers étanche des films à succès hollywoodiens. On connaît la suite. La chanson remportera cette année-là l'Oscar de la meilleure chanson originale.

Se succéderont ensuite en alternance les albums anglais et français, parallèlement à la sortie de vidéo-clips diffusés partout dans le monde. «S'il suffisait d'aimer», «These are

special times» précéderont la vaste tournée mondiale «Falling into you» au cours de laquelle elle remplira deux fois le célèbre Stade de France de 80 000 places. Après un dernier concert à Montréal pour le passage à l'an 2000, le couple suspendra ses activités professionnelles pour prendre le temps de vivre pendant deux années de répit. Un enfant naîtra, après quoi René Angélil relancera encore une fois la carrière de Céline Dion, convainquant des investisseurs de Las Vegas de lui construire une salle à sa mesure, où elle se produit chaque soir depuis mars 2003.

Comme Orson Welles a marqué un tournant dans le cinéma américain avec le film *Citizen Kane*, René Angélil par sa gestion de la carrière de Céline Dion, a marqué le *show business* mondial, y exerçant un véritable leadership.

Cet article est le dernier d'une série de trois écrits en collaboration avec Jacqueline Cardinal de la Chaire de leadership Pierre-Péladeau.