

## **Nos cordes sensibles**

Par Laurent Lapierre

Lorsque Jacques Bouchard, ce «fou de la pub» à qui on décerne volontiers le titre de «père de la publicité québécoise», revient au Québec, en 2003, après douze ans d'absence, il ne retrouve pas la société qu'il avait laissée. Sa curiosité toujours aussi vive le pousse immédiatement à vouloir comprendre et expliquer les changements constatés. Le recul donne de l'acuité. Le célèbre publicitaire désire observer l'évolution des fameuses racines et cordes sensibles qu'il avait à l'époque mises à jour avec tant de brio. On vient de publier, à titre posthume, *Nouvelles cordes sensibles des Québécois*, aux Éditions Les Intouchables. Je suis honoré que Jacques Bouchard ait pensé à moi pour en écrire la préface.

En chercheur averti, comme le ferait un véritable anthropologue, Jacques Bouchard s'informe auprès d'autres-chercheurs auteurs et de panélistes à qui il soumet ses textes anciens et nouveaux. Écrivain cultivé, il nous communique ses réflexions profondes. Avec son sens de l'observation du comportement des gens, guidé par son intuition et ses lectures, il nous raconte le fabuleux changement qui s'est inscrit chez les Québécois au cours des derniers vingt-cinq ans, comme il l'avait fait en 1980 sur l'histoire qui nous avait façonnés. Il sait nous parler simplement de ce qu'il a lu, de ce qu'il voit et entend, et de ce que tout cela évoque dans son esprit.

Jacques Bouchard ne reste donc pas neutre. Il lit sans relâche tout ce qui peut alimenter sa réflexion sur nos «racines» et nos «cordes sensibles». Comme quarante ans auparavant, il prend des notes, il réunit des «informateurs» (aînés, *boomers*, X et Y) autour de lui, il leur propose le fruit de ses réflexions, il les questionne, il *se* questionne. Enfin, il se mouille et nous donne son opinion de façon engagée, chaleureuse et colorée.

Jacques Bouchard n'est pas étranger à ces «cordes sensibles». C'est probablement son plus grand atout. Il couve, en quelque sorte, en lui-même, le contenu de ce qu'il écrit avant de nous le livrer. Il a toutefois su garder en 2005-2006 la même attitude qu'en 1980. Il ne se surprend de rien. Il ne se laisse pas «encarcaner» par ses trouvailles datant de vingt-cinq ans, d'hypothèses ou de modèles théoriques.

Nos six racines terrienne, minoritaire, nord-américaine, catholique, latine et française demeurent, mais des cordes sensibles ont disparu, certaines doivent être renommées, d'autres enfin font carrément leur apparition. Par exemple, l'anti-mercantilisme de 1978 est devenu le mercantilisme en 2006, rien de moins. Les autres cordes sensibles qui ont disparues sont le complexe d'infériorité, le bas de laine, l'étroitesse d'esprit, le mysticisme, la xénophobie, et le manque de sens pratique. Celles qui sont apparues sont, outre le mercantilisme, la tolérance, la bosse des technologies, l'entrepreneuriat, le scepticisme, l'hédonisme et la tergiversation, ce qui ne devait surprendre personne.

La corde talent artistique était déjà là il a trente ans, même avant les succès internationaux fulgurants de nos artistes dans le monde. C'était même avant la naissance du Cirque du Soleil ! Je reviendrai dans une prochaine chronique sur le leadership «*global*» de nos artistes.

Ces *Nouvelles cordes sensibles des Québécois* nous offrent le fruit du dernier travail resté sur la table de cet audacieux créateur et de ce gestionnaire de créateurs. Son but n'était pas uniquement

*Le journal de Montréal, Votre Argent, Lundi 18 décembre 2006.*

d'être plus efficace en publicité. Il était curieux et voulait comprendre. Déjà, dans la première édition, Jacques Bouchard nous présentait ces *Cordes sensibles* comme un jeu de société, chacun étant libre de les discuter avec d'autres et d'y ajouter les siennes.