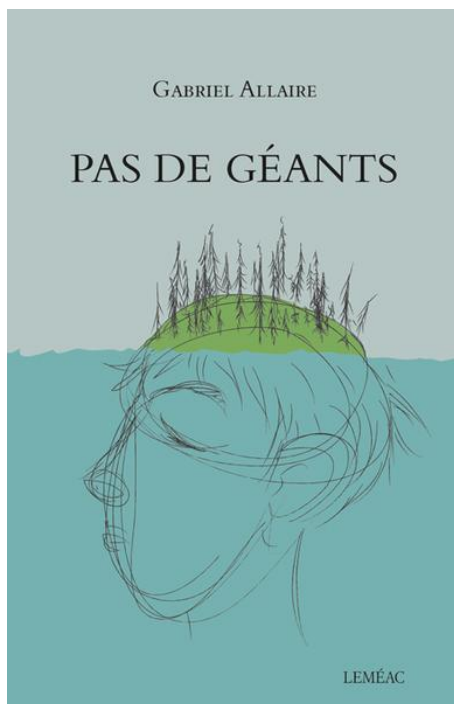


COMMUNICATION MARKETING (/COMMUNICATION-MARKETING) • 24 JUIL. 2018
PAR CATHERINE MARTELLINI (/AUTEUR/CATHERINE-MARTELLINI)

Gabriel Allaire: entre vie d'auteur et de publicitaire



Gabriel Allaire, concepteur-rédacteur de K72 (<https://lavitrine.infopresse.com/k72>), a récemment remporté le prix littéraire international Robert Walser, en Suisse, pour son œuvre *Pas de géants*, en plus d'une bourse d'un peu plus de 26 500\$. Entrevue avec lui sur son parcours professionnel et la synergie entre son travail d'écrivain et de publicitaire.



LÉMÉAC ÉDITEUR
176 PAGES
PARU LE 23 AOÛT 2017

Pas de géants raconte l'histoire d'un enfant qui s'aperçoit que plus il vieillit, plus le temps passe vite et qu'à cette vitesse de révolution, la Terre peut exploser, explique l'auteur de 27 ans, né à Saint-Hyacinthe et qui travaille dans le monde publicitaire depuis environ quatre ans. «Le livre s'attarde à ce moment où l'on sort de l'enfance, pas parce que nous le voulons, mais parce que des événements et des gens nous l'obligent. La vision est donc à mi-chemin entre celle d'un enfant et celle d'un adulte.»

Frédéric Bruniquel, gestionnaire spécialiste en communication et en créativité, anciennement de Havas, en signe la couverture. «J'avais déjà observé ses croquis par-dessus son épaule et je trouvais que son style collerait bien à mon volume.»

Gabriel Allaire a ainsi mis la main sur cette distinction internationale qui récompense les premières œuvres en prose. Il s'envolera vers Bienne, en Suisse, le 8 septembre prochain pour recevoir ce prix, en plus d'effectuer une tournée des médias locaux.

Le jury a notamment mentionné que son texte frappait «autant par la langue extraordinairement imagée et novatrice [qu'il] déploie, que par la justesse du diagnostic [qu'il] plaque sur une société qui n'hésite pas à bourrer ses écoliers de médicaments pour les faire marcher droit».

Aucun indice ne pouvait permettre à Gabriel Allaire de se douter de ce succès. D'abord, son

éditeur Jean Barbe, pour Lèmeac, ne lui avait pas dit qu'il avait soumis son livre à un concours, si bien qu'à la réception du courriel, il n'y a d'abord pas cru, soupçonnant un *spam*. Ensuite, même si le texte a reçu un bon accueil au Québec, l'ouvrage n'y avait pas non plus fait grand bruit.

Parcours jalonné d'heureux hasards

Autant en publicité qu'en littérature, on ne peut pas dire que Gabriel Allaire est tombé dedans quand il était petit. En effet, il a suivi une attestation d'études collégiales en enregistrement sonore pour ensuite commencer un certificat en publicité à l'université sans le terminer. «Sylvain Daoust, directeur de création d'Oui Marketing (maintenant Sept24), a présenté son métier dans le cadre d'un de mes cours à l'Université de Montréal, raconte-t-il. Il avait publié un livre et je suis resté après le cours pour savoir comment il s'y était pris. Il m'a alors offert un stage en agence.»

Il y est demeuré environ un an et demi avant de rencontrer Jan-Nicolas Vanderveken, président et chef de la direction de Havas Montréal (à l'époque TP1), et de se joindre à l'équipe à titre de concepteur-rédacteur. «J'avais une vision idéalisée de la publicité, je me disais que je pourrais réussir à y faire assez d'argent pour travailler six mois et passer les six autres à écrire, se remémore-t-il. Je me suis vite aperçu que c'était beaucoup de travail.»

Ce même hasard a encore frappé, cette fois dans le monde littéraire. Alors qu'il suivait un atelier d'écriture, il a rencontré Jean Barbe, longtemps journaliste culturel, romancier salué par la critique et récompensé par plusieurs prix littéraires, aussi scénariste et éditeur. «Après avoir lu une nouvelle de 500 mots que j'avais pondue dans le cadre de cette formation, il m'a dit que si j'écrivais un livre, il allait le publier avec Lèmeac.»

C'est à partir de ce moment que Gabriel Allaire a décidé de s'imposer une routine d'écriture, à raison de deux heures par jour pendant un an, en surplus de son travail de publicitaire. Une telle discipline signifiait concrètement de devoir parfois se lever ou se coucher au petit matin.

Publicité et littérature, un bon ménage?

Même si d'avoir à partager son temps entre l'écriture d'un volume et son travail s'avère exigeant, l'auteur croit que les deux ensemble se nourrissent et génèrent un bel équilibre dans sa vie. «Toute la frustration accumulée par les contraintes créatives imposées en publicité pouvait se libérer dans l'écriture de mon ouvrage, une sorte d'exutoire. Je rentrais

plus zen au travail, car j'avais pu libérer à ma guise toute ma créativité dans ce projet personnel. En même temps, ça permet de faire bouillonner sans cesse la créativité, comme un muscle toujours sollicité.»

La publicité lui a appris tout le côté «conception», c'est-à-dire d'arriver à traduire un *flash* en une idée, mais aussi de passer un message de façon claire et concise. «Je pense que je suis meilleur écrivain grâce à ça.»

LE POIL QUI SE DRESSE ET LE FRISSON DANS LA COLONNE, C'EST CONTAGIEUX.

C'est d'ailleurs l'aspect «idéation» de son travail qu'il aime mieux, plutôt que la rédaction. «J'ai moins de frissons quand je trouve la ligne par rapport à l'idée.» En littérature, il ressent ce même frisson, mais lorsqu'il déniche la phrase qui ira droit au cœur. «C'est ce frisson, cet instinct qui m'aide à départager la bonne idée de la mauvaise. Et le poil qui se dresse et le frisson dans la colonne, c'est contagieux.»

Le jury du prix Robert Walser a aussi souligné que le personnage du livre était «percutant dans sa façon de comprendre la mécanique des êtres, des choses et des événements». La publicité a encore constitué, selon l'auteur, une bonne école pour connaître l'humain et se mettre dans les chaussures des gens. «L'objectif dans les deux cas est le même: arriver au meilleur produit créatif possible.»

Quelle est la plus grande différence entre son travail d'écriture et celui de conception-rédaction? Gabriel Allaire répond spontanément: «L'échelle du temps». «Quand tu écris un livre, c'est un travail de longue haleine. En pub, tu peux faire fausse route avec une idée et te rattraper, mais en écriture, rebrousser chemin est long.»

«C'est plus difficile de départager une bonne idée d'une mauvaise en littérature. Dans ce domaine, l'idée est plus aérienne, une sorte de mirage intangible.»

Malgré ces parallèles entre publicité et littérature, la dernière chose qu'il souhaite, c'est que sa plume littéraire «sente la mécanique publicitaire». «Même en publicité, les meilleures créations sont celles, selon moi, où l'on ne peut pas sentir cette mécanique.»

Gabriel Allaire s'attellera donc à la tâche difficile de rédiger un deuxième roman, sans abandonner son métier de publicitaire. Il ne manque toutefois pas de mentionner que ce deuxième exercice d'écriture est plus ardu que le premier, puisqu'il se sent encore «junior» en la matière et qu'il doit repartir de zéro, alors que le premier opus avait mijoté dans sa tête pendant presque aussi longtemps que son jeune âge.

Photo: Philippe Richelet

TAGS : FRÉDÉRIC BRUNIQUEL (/TAG/FREDERIC-BRUNIQUEL), ROBERT WALSER (/TAG/ROBERT-WALSER), K72 (/TAG/K72), GABRIEL ALLAIRE (/TAG/GABRIEL-ALLAIRE), PAS DE GÉANTS (/TAG/PAS-DE-GEANTS)