

## XYZ. La revue de la nouvelle

### Surfaces à peindre

Luc Lafortune



Numéro 134, été 2018

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/88153ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

#### Éditeur(s)

Jacques Richer

#### ISSN

0828-5608 (imprimé)

1923-0907 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

#### Citer cet article

Lafortune, L. (2018). Surfaces à peindre. *XYZ. La revue de la nouvelle*, (134), 43–46.

# Surfaces à peindre

Luc Lafortune

JULIAN a toujours été le plus entreprenant dans la famille. Dès son jeune âge, il nous entraînait tous, petits-cousins inclus, dans ses nombreux projets. Je me rappelle que notre service de livraison à bicyclette s'était rapidement étendu au-delà du quartier. Nous avons facilement déclassé nos compétiteurs. Les vacances venues, aucun enfant du coin ne souhaitait passer ses jours ailleurs que chez Julian, qui offrait, dans la cour et la maison de ses parents, un populaire camp d'été. Il nous mettait tous à contribution. Les filles dorlotaient les poupons et les garçons amusaient les gamins. Tel Peter Pan dans son village merveilleux, Julian jouissait d'une inventivité et d'une énergie extraordinaires. À l'âge de l'adolescence, sa découverte du marché boursier a été une révélation. Julian jouait avec l'argent des autres avec un mélange de flair et de hardiesse. Le garage de son père avait été transformé en centre téléphonique, nous y passions nos journées à éplucher le bottin et à vendre des actions qui promettaient des profits rocambolesques à nos interlocuteurs. Bref, nous suivions Julian aussitôt qu'il avait une nouvelle idée, sachant qu'elle nous profiterait aussi.

Il était prévisible que l'oncle Gonzalo, peintre en bâtiment, cédât sa compagnie à Julian, son neveu préféré. En plus d'avoir la bosse des affaires, ce dernier avait le sens de la famille, une qualité essentielle pour nos aînés. Julian avait compris depuis longtemps que l'entreprise de Gonzalo ne devait pas passer à des mains étrangères. Personne n'y voyait de l'opportunisme de sa part, plutôt une sincère conviction, Gonzalo le premier. L'oncle qui n'avait eu que des filles — que son machisme congénital le portait à ignorer — considérait Julian comme son digne héritier. Il savait aussi que la jeunesse de son neveu apporterait un nouveau souffle à la compagnie, qui en avait bien besoin.

Nous observions Julian apprendre à manier le pinceau et le rouleau avec curiosité. Il nous semblait évident que son 43

intrépidité bousculerait bientôt les habitudes encroûtées de l'oncle Gonzalo. La situation amusait même les vieilles tantes et les grands-mères, le jeune, qui a des idées plein la tête, provoquera le bouc obtus et autoritaire, disaient-elles, ça ne pourra pas durer. Pourtant, contre toute attente, Julian se montra patient et docile, et apprit le métier sans jamais remettre en question le savoir-faire de son oncle. À ses débuts, il exécuta les basses tâches avec obligeance : ranger les escabeaux et les outils dans le camion, plier les bâches, vider les écuelles et les pots, laver les rouleaux et les pinceaux. Mais une fois qu'il fut prêt pour accomplir seul des contrats, en l'absence de Gonzalo occupé ailleurs avec une autre équipe, il se montra redoutablement efficace. Grâce à Julian, le carnet de commandes de la compagnie se remplissait à une vitesse folle. À vrai dire, nous espérions tous être placés avec lui, dont la bonne humeur et l'entrain étaient contagieux, travailler sous les ordres de l'oncle terne et fatigué s'avérait fort ennuyeux en comparaison.

Le départ de Gonzalo se fit en douceur. Son successeur enfin trouvé, le temps de la retraite était venu. Progressivement, il laissa toute la place à Julian. Les choses évoluèrent vite par la suite. Ce fut encore une fois à notre avantage. La prospérité nous attendait.

Pour commencer, Julian utilisa les bonnes vieilles tactiques. Il élimina la petite concurrence en faisant courir le bruit qu'elle gonflait les prix en plus d'utiliser une mauvaise peinture qui se défraîchissait rapidement. On réussit à obtenir une entente d'exclusivité avec les fournisseurs locaux, ce qui rendit impossible ou trop coûteux l'approvisionnement de nos adversaires. Notre compagnie les avala en un rien de temps. Bientôt, nous eûmes les reins assez solides pour exécuter des travaux d'envergure dans la capitale, à l'extérieur de notre région périphérique. À force de côtoyer les manœuvres sur les chantiers, Julian comprit les lois secrètes qui régissaient ce milieu, pourri par la corruption. Tout le monde en profitait, des plombiers aux électriciens, des syndicats d'ouvriers aux firmes d'ingénieurs. Gonzalo, lui, était

resté à l'écart des grands joueurs et de leurs magouilles très peu chrétiennes, mais pas Julian, qui ne reculait jamais devant le profit. C'était tout simple, après tout. Il ne s'agissait que d'augmenter frauduleusement les coûts de nos soumissions pour des travaux publics et, en retour, nous contribuions à la caisse des partis politiques. Cette arnaque, qui sert si bien le pouvoir, est vieille comme le monde. Ne pas entrer dans la danse aurait été, aux yeux de Julian, une folie, voire un suicide économique.

Dès sa sortie de l'université, Julian, qui n'oubliait jamais les affaires, épousa Juliana, la fille d'Ernesto Chavez, le fabricant de peinture Mexicano. Il entra vite dans les bonnes grâces de son beau-père qui, comme l'oncle Gonzalo, lui céda peu à peu son entreprise pour se retirer paisiblement dans ses terres. Pendant ce temps, nos deux familles nouèrent des liens solides, les mariages se multiplièrent, les naissances aussi. Le temps avançait et Julian ne maniait plus le pinceau ni le rouleau, trop accaparé par la gestion de nos compagnies qui grossissaient tout en devenant tentaculaires. Plus rien ne semblait vouloir arrêter nos désirs d'expansion. Fidèle aux leçons de ses prédécesseurs, Julian, faut-il préciser, ne perdit jamais de vue les rudiments du métier : professionnalisme jusque dans les petits détails, politesse avec le client, prix toujours concurrentiels, respect des employés, mais il savait que cela ne suffisait pas. Les anciens nous avaient fait la preuve que se cantonner dans ce conservatisme artisanal rimait avec stagnation et appauvrissement. Julian, qui voyait grand, très grand même (c'était inné !), put enfin exploiter ses qualités de vendeur avec la peinture Mexicano et réaliser ainsi ses ambitions. Il se démarqua particulièrement par ses stratégies de marketing très innovatrices. Ce fut le véritable élément déclencheur menant à notre monopole et à notre percée sur le marché international. Tout le reste avait préparé l'avènement de notre triomphe.

Il fallait inventer une peinture qui susciterait les passions, alimenterait les désirs. Julian la baptisa *Amor*. Le nom se prêtait à toutes les déclinaisons, et les slogans publicitaires 45

venaient facilement, dans toutes les langues de l'Amérique : *Mucho Amor, J'aime Amor, Amor & Love...* On inonda rapidement le marché. Notre peinture était plus résistante, plus hygiénique, plus écologique que les autres, et ses couleurs, plus éclatantes. Nous avons obtenu la certification de l'Organisation mondiale du commerce qui attestait ces prétentions : le coût avait été faramineux, mais l'investissement en avait vraiment valu la peine. Où Julian allait-il s'arrêter maintenant ? Nous l'observions depuis notre richesse commune accumulée, toujours avec la même admiration. Aujourd'hui, la peinture *Amor* couvre toutes les surfaces, elle ne nécessite même plus le découpage au pinceau, elle coule des robinets, se boit, englobe toutes les couleurs, le rouge qui vous monte au visage sous le coup de la gêne ou de l'effort, le froid qui vous bleuit, c'est *Amor*, le blanc de cette page, c'est *Amor* aussi... Ce que la vie pouvait être terne avant nous et notre joie !