

"LE MAKING OF..." D'UNE SUPERSTAR

Lorsque Isabelle Brouillette, des Disques Victoire, m'a demandé quelle sorte de lancement je souhaitais pour mon disque *Circle of One*, je lui ai répondu: "Tout ce que tu veux! Je suis prête à tout sauf à un lancement dans un bar. Je n'ai pas le goût de me retrouver dans un club. Je veux quelque chose de différent qui marque un nouveau départ pour moi, quelque chose dont tout le monde va se souvenir."

Pour être franche avec vous, je ne croyais pas Isabelle capable de m'étonner comme elle l'a fait. Elle m'a prise au mot. Elle a joué le jeu jusqu'au bout et a été une parfaite complice des manigances de Serge Brouillette, mon gérant, Jamil Azzaoui, des Promotions Jamil, et de Claude Gravel, de Coconut Design. J'ai subi un choc quand j'ai mis les pieds pour la première fois dans ce loft hyper-grand et désaffecté du Vieux-Montréal. Le coup de foudre a été immédiat. Oui! c'est là et pas ailleurs que je voulais faire le lancement le plus important de ma carrière.

"La grandeur de l'espace m'a étonnée au plus haut point, mais, en même temps, c'était un immense défi qu'on me demandait de relever. Avec un lieu pareil, plus de 5 000 m², je pouvais disposer d'une aire de travail inespérée, que je n'avais jamais expérimentée si ce n'est dans mes fantasmes. Un loft semblable à décorer, c'est un rêve! On nous a donné carte blanche pour aménager les lieux et leur donner vie. Tout ce qu'on nous a demandé, c'est de pouvoir réutiliser tout le matériel que nous allions réaliser au cours de la prochaine tournée de Julie Masse", se rappelle Claude Gravel, de Coconut Design, dont l'équipe est formée de Pierre Gravel et d'André Imbeault.

Une dose d'adrénaline supplémentaire...

Un lancement doit avant tout être un événement médiatique. Dans une seule soirée et dans un seul et même lieu, on doit être en mesure de rejoindre les journalistes, les gens de l'industrie du disque et les principaux intervenants du milieu du spectacle. Un lancement est conçu pour présenter le nouvel album d'un artiste, pour que tout le monde sache qu'il est enfin terminé, qu'il est prêt à tourner à la radio et qu'il sera bientôt en magasin. En somme, un lancement marque le retour d'un artiste qui a passé du temps en réclusion à se reposer et à mettre la main à la pâte afin de créer une nouvelle production.

"J'adore travailler sur de gros projets parce que c'est là qu'on exploite le plus le côté créatif, qu'on a les plus grandes marges de manoeuvre, mais c'est là aussi qu'on a le plus grand stress à vivre. Un grand lancement comme celui de Julie Masse signifie une dose d'adrénaline supplémentaire qui nous suit durant toute la préparation. Toute

Julie Masse

CHAPITRE 9

© TOUS DROITS RÉSERVÉS



Le premier album en anglais de Julie

LES PRÉPARATIFS DU LANCEMENT DE CIRCLE OF ONE



une équipe se réunit pour l'occasion, et tout le monde s'appuie et va dans la même direction. On sort des sentiers battus, on s'en va vers l'inconnu, on brise des barrières et, en même temps, on crée de nouveaux critères d'excellence. L'entourage de Julie chez les Disques Victoire est incroyable. Travailler avec eux est un réel plaisir", souligne Jamil Azzaoui.

"On voulait que les gens soient déroutés. Avant même qu'ils entrent dans le loft, on a cherché à les mettre dans un état de stupéfaction général. Déjà, à l'extérieur, on a décidé d'installer une foule de projecteurs afin d'illuminer les lieux et de créer un émoi, quelque chose de spectaculaire qui laisse les gens bouche bée. Puis, pour se rendre sur le site du lancement, les invités devaient emprunter un monte-charge accompagnés de gardiens de sécurité. L'effet de commotion était ainsi assuré!" fait remarquer Claude Gravel.

Un ouvrage de fou!

Les gens de Coconut Design ont mis six semaines à développer le concept de la soirée. Ensuite, ils se sont affairés à la préparation des maquettes durant un mois et demi. Finalement, Claude, Pierre et Alain ont travaillé pas moins de six jours intensivement pour réaliser le lettrage, les pièces, les canevas, les dessins et les aérographes. Trois jours avant le lancement, Coconut Design a investi les lieux pour installer le tout en collaboration avec l'équipe des Productions Daniel Charbonneau. Un ouvrage de fou!

"À l'intérieur du loft, on empruntait une planche à roulette pour tous nos déplacements tellement le lieu était gigantesque! De par la création d'oeuvres d'art commandées spécifiquement pour le lancement de Julie Masse, on voulait que les gens aient le sentiment d'entrer dans une galerie. En collaboration avec Serge Brouillette et Jamil Azzaoui, tout a été conçu en fonction des besoins précis d'un lancement. Dès lors, nous avons aménagé des petits salons pour la presse, d'autres pour le visionnement du clip avec plusieurs télévisions, des bars un peu partout, un vestiaire et, bien sûr, une scène pour Julie", indique Claude Gravel.

Au fur et à mesure qu'on me donnait les détails concernant le lancement, je me rendais compte de l'ampleur de tels préparatifs. Une statue de glace à l'effigie du logo de l'album, d'énormes toiles faites en aérosol inspirées de la pochette du disque, des timbres géants et une boule de lumières représentant un globe terrestre... et quoi encore! figuraient au nombre des créations de Coconut Design. Ouf!"

SUITE LA SEMAINE PROCHAINE

PHOTO: DANIEL AUGLIAR