

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

Julie Masse

"Mon horaire de la journée était très strict. Je ne pouvais me permettre aucun écart de conduite. Il fallait que je suive à la lettre tout ce qu'on avait pris tant de soins à planifier. Pour que la journée du lancement de *Circle of One* soit une réussite dans tous les domaines, je me devais d'être dans une forme resplendissante, prête à affronter toutes les éventualités.

À mon agenda du jeudi 13 octobre était inscrit: lever à 7 h du matin; arrivée au local du lancement à 8 h 30; réunion de production et entrevues durant tout l'avant-midi; de 14 h à 15 h, maquillage avec Florence Morissette; de 15 h à 16 h, coiffure avec Bruno Desjardins de l'Institut Lise Watier; de 16 h 30 à 17 h, rencontre avec les gagnants d'un concours organisé par le fan-club; de 17 h 15 à 18 h, retouches de vêtements, maquillage et coiffure; de 18 h 30 à 21 h, présence au lancement. Et tout ça entrecoupé de nombreuses entrevues avec différents médias de la presse écrite et électronique!

Comme mon porte-bonheur

"Circle of One est un projet considérable pour nous. Il figure avantageusement sur la liste des disques prioritaires. Les nouvelles chansons de Julie Masse ont un énorme potentiel, et nous allons tout faire pour que son premier album en anglais soit considéré comme un des événements de l'automne au pays. Avec Julie, nous voulons non seulement développer une artiste, mais également une carrière sur des bases solides pour de longues années à venir. Le lancement de Montréal constitue la première étape d'une stratégie de promotion qui fera d'elle, si ce n'est un nom important dans la musique au Canada, une superstar en devenir", laisse entendre Mario Lefebvre, directeur national du marketing chez Distribution Sélect, un des principaux artisans de la soirée du lancement.

Une dizaine de gardiens de sécurité étaient postés un peu partout tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du loft. Quatre personnes étaient installées à la réception afin d'accueillir les invités et de remettre le matériel de presse aux médias. Jamil Azzaoui, Mario Lefebvre, leurs assistants respectifs, de même que l'équipe de Donald K. Donald (l'agent de mes spectacles) s'occupaient des relations de presse. Quant à mon gérant, Serge Brouillette, il me suivait partout dans mes déplacements. Et tout ce beau monde était relié par un système de talkie-walkie!

C'est vers le milieu de la soirée que je me suis dirigée vers la scène pour saluer les invités. J'ai demandé à Marie Plourde, animatrice de télévision et de radio, de me présenter à la foule. Je considère Marie un peu comme mon porte-bonheur puisque c'est elle, également, qui m'a présentée aux gens lors de mon précédent lancement. Nous avons commencé nos carrières respectives presque en même temps. Avec les

années, Marie et moi sommes devenues de bonnes copines.

"La couverture médiatique du lancement de Julie Masse a été exceptionnelle. Tous lancements

confondus, je pense que c'est la première fois que cinq chaînes de télévision francophones sont présentes en même temps et en direct. En plus de la presse montréalaise, plusieurs représentants de journaux et de radios de province se sont déplacés. De plus, on a noté la présence des médias anglophones", se rappelle Jamil Azzaoui, des Promotions Jamil.

CHAPITRE 10

© TOUS DROITS RÉSERVÉS



Le premier album en anglais de Julie

LE LANCEMENT DE CIRCLE OF ONE

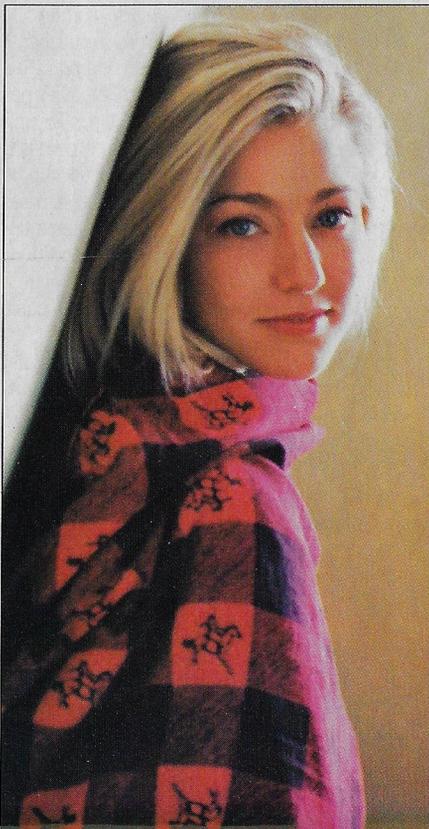


PHOTO: LUC ROBITALLE

Je n'ai pas pu les saluer tous...

J'avais invité tellement d'amis et tellement de personnes à mon lancement qu'aujourd'hui, si je n'ai qu'un seul regret à formuler, c'est bien celui de ne pas avoir pu tous les saluer. Je suis si accaparée par l'événement — les gens des médias, les distributeurs de disques, les détaillants des magasins de disques, les directeurs des stations radiophoniques, les artistes qui sont venus me saluer, les invités spéciaux — et par les gens de l'industrie que je n'ai jamais un moment de répit pour me consacrer à ceux que j'aime et leur dire combien leur présence est importante pour moi.

"Avec le lancement de Julie Masse, on avait pour objectif de rejoindre 1 200 personnes; on a envoyé tout près de 2 000 invitations. Finalement, 1 100 intervenants du milieu, gagnants de concours, membres de son fan-club, amis personnels et invités se sont déplacés. Le lancement de Julie a été un succès monstre dont les gens se souviendront longtemps. Ça, je peux vous le garantir!" s'exclame Jamil Azzaoui.

"Les invités n'ont eu que des bons mots pour la décoration des lieux. Ils ont été impressionnés par notre travail. André Ménard, président du Festival de jazz de Montréal, m'a dit que, tout d'un coup, il avait eu la sensation de se retrouver à New York, et Guy Cloutier m'a raconté qu'il n'avait jamais vu quelque chose d'aussi grandiose!" assure Claude Gravel, de Coconut Design.

J'étais fatiguée et épuisée après le lancement. Rarement, je me suis sentie aussi vidée. J'ai vécu beaucoup trop d'émotions. J'ai quitté le loft du Vieux-Montréal vers 21 h 30 sans même prendre le temps d'aller au restaurant avec les membres de mon équipe. Je n'ai d'ailleurs pas pu m'endormir avant 1 h 30. Le 13 octobre restera gravé dans ma mémoire comme une journée stressante à tous les niveaux.

Mais peu importe la fatigue du lancement, tout ce qui compte dorénavant, c'est que j'ai le goût de reprendre la route afin de revoir mon public. Les gens ont toujours été d'une extrême gentillesse à mon égard, et ça, c'est la plus grande récompense que je puisse recevoir. J'ai besoin de cette chaleur. Je me suis ennuyée de vous!"