

Julie Masse

LA CRÉATION D'UNE STAR

PAR FRANÇOIS HAMEL / PHOTOS: PIERRE DIONNE

Après avoir séduit le Québec en l'espace de quelques années, c'est la planète que Julie Masse veut conquérir aujourd'hui. Voici pour la première fois, expliquée dans ses moindres détails, la "recette" qui fera d'elle une superstar.

Les Britanniques comparent déjà Céline Dion à Édith Piaf, tandis que, des milliers de kilomètres plus loin, dans les discothèques de Los Angeles, les jeunes dansent sur ses tubes. Roch Voisine, de son côté, a depuis belle lurette la tour Eiffel à ses pieds, et voici que sa chanson *I'll always be there* est devenue un must dans les mariages canadiens-anglais! Morale de l'histoire: le mariage de raison entre le talent québécois et la langue de Shakespeare est une heureuse combinaison.

Julie Masse et son agent, Serge Brouillette, l'ont compris. Avec son premier album anglophone, *Circle of One*, lancé à Montréal le 13 octobre dernier, la Longueuilloise d'origine et toute son équipe se lancent maintenant à la conquête du monde. New York, Tokyo, Londres: gare au "Masse Appeal", comme l'annonce leur slogan publicitaire!

Or, *Circle of One* fait son petit bonhomme de chemin puisqu'il est déjà disque d'or. C'est dire que le Canada anglais chavire peu à peu sous les charmes de la talentueuse et sexy blonde aux yeux bleus. Pendant ce temps, Brouillette et cie peaufinent le plan d'attaque pour le marché américain et... le reste du monde. L'été dernier, des représentants d'une compagnie japonaise sont venus la rencontrer à Morin-Heights pendant l'enregistrement de son album. Depuis, le quartier général de l'empire Masse correspond régulièrement avec le pays du Soleil levant. Tout, quoi, laisse présager un succès de... "Masse".

Mais comment cette jolie princesse québécoise pure laine s'y prend-elle pour réussir là où tant d'autres ont échoué? Comment parvient-elle à

obtenir une reconnaissance hors des frontières du Québec? 7 JOURS fait le point.

LA RENCONTRE QUI CHANGEA TOUT

C'est un beau soir de 1987, à Laval, que Julie Masse rencontre celui qui va changer sa vie. Serge Brouillette raconte: "Ce soir-là, le groupe Fairlight donnait un spectacle à Laval. À un moment donné, pendant la soirée, je me suis penché vers celui qui m'accompagnait et je lui ai dit: "Regarde la fille en arrière, elle a tout pour devenir une star!" Il pensait que je parlais de la chanteuse, alors je lui ai dit: "Non, non, pas elle, la blonde en arrière, la choriste." Il s'agissait évidemment de Julie. À la fin du spectacle, je suis allé la voir et je lui ai dit que, si jamais elle voulait enregistrer un disque, je serais très intéressé à m'en occuper. Mais ce soir-là, elle ne m'a pas vraiment pris au sérieux. Des mois ont passé, je suis revenu à la charge, et c'est alors qu'elle s'est dit: "Pourquoi pas? Je n'ai rien à perdre."

C'est par sa fougue, son enthousiasme et sa détermination que l'ancien disc-jockey et l'ancien propriétaire de magasins de disques a su convaincre Julie Masse: c'est dire à quel point il croyait au talent de l'adolescente de 17 ans! Un ange, tombé de Longueuil, avait croisé sa route.

Patiemment, il fait le tour des compagnies de disques, mais aucune ne se montre réceptive. Qu'à cela ne tienne, Serge Brouillette décide de créer sa propre étiquette: Les Disques Victoire.

Parallèlement, il contacte Manuel Tadros, une vieille connaissance, pour l'écriture des premières chansons. Or, c'est au cours de leur toute première rencontre que Manuel Tadros fait entendre à Julie et à Serge *C'est zéro*, cette ballade qui propulsera la jeune fille au rang de star.

Mais Julie Masse pouvait bien avoir l'étoffe d'une star, et la chanson *C'est zéro*, celle du succès, en-

core fallait-il que les Disques Victoire parviennent à faire connaître Julie Masse. C'est ici que Jamil Azzaoui entre en scène.

LE JEU DE CACHE-CACHE

Jamil Azzaoui, propriétaire des Promotions Jamil, est celui qui s'occupe de la promotion de Julie Masse depuis le début de sa carrière.

"Ma stratégie consiste à toujours travailler en fonction de la personnalité de l'artiste, explique-t-il. Je cherche à le montrer sous son vrai jour. Or, Julie est une fille simple, qui aime plaire. Elle est sexy, mais de façon naturelle. Elle n'est pas provocante. Par exemple, jamais on n'aurait montré Julie les seins nus, comme Madonna peut le faire. Ce n'est pas Julie. Elle ne boit pas, elle ne fume pas, elle n'a pas de problèmes. Elle est saine, en santé, sportive. Et elle est comme ça, ce n'est pas une image fabriquée. Alors, voilà ce qu'on a montré."

Jamil rappelle par ailleurs que la chanson *C'est zéro* n'a pas du tout été un succès instantané. "Normalement, une chanson met de trois à six semaines avant d'entrer au palmarès, raconte-t-il. C'est zéro en a mis douze. C'est ce qu'on appelle dans le milieu un sleeper, expression qu'on pourrait traduire par "dormeur". C'est-à-dire que c'est le type de chanson qui te tombe dans l'oreille, puis, plus tu l'entends, plus tu l'aimes." *C'est zéro* est peut-être le genre de titre qu'on apprend à aimer avec le temps, mais il faut dire que la stratégie de jouer à cache-cache avec la visibilité de Julie — stratégie adoptée dès le début par Serge Brouillette et appliquée par la suite par Jamil et Mario Lefebvre, des Distributions Sélect — y a sûrement été pour quelque chose.

"Nous avons lancé le simple *C'est zéro* au mois de mars 1990, explique Serge Brouillette, et

Suite à la page suivante

Au lancement de son disque *Circle of One*, le 13 octobre dernier, Julie, avec sa soeur, Hélène, de cinq ans son aînée, et sa mère, Nicole

La réussite de Julie est en grande partie attribuable à son agent, Serge Brouillette, qui pose ici devant tous les trophées que l'artiste a gagnés

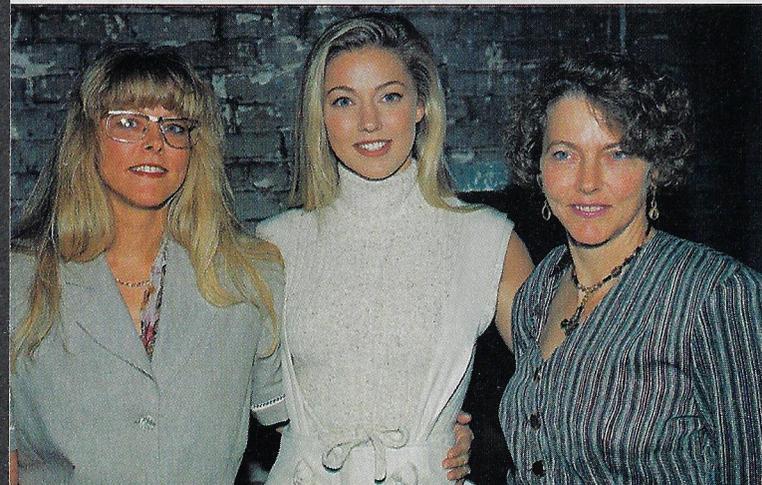


PHOTO: DANIEL AULCAIR



PHOTO: MARCO WEBER