

Olivier Nusse, déménageur de la major

Peu disert depuis sa nomination il y a un an à la tête d'Universal Music France, le successeur de Pascal Nègre, qui a fait ses armes dans les mêlées de rugby, accepte de se livrer. Rencontre avec un troisième ligne de premier plan

PORTRAIT

Il a à peine touché à son risotto aux asperges, pris qu'il est par son propos : « Au niveau du groupe, je vais être de plus en plus impliqué sur le développement en Afrique. Prenez des artistes comme Stromae ou Booba, 40 % à 50 % de leurs fans sur les réseaux sont en Afrique. Pouvoir développer là-bas des plates-formes de streaming en téléphonie mobile et un réseau de salles avec les Canal Olympia devrait être un extraordinaire dynamiseur... » Convaincre, c'est la moitié du travail d'Olivier Nusse, le nouveau patron d'Universal Music France, plus grosse major du disque de l'Hexagone. Vendre est l'autre moitié.

Pour lancer Gauvain Sers, son dernier pari, il a fait appel à Jean-Pierre Jeunet (*Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain*). « Vous avez écouté l'album ? C'est une sorte de nouveau Renaud... Ça va cartonner... » Ou pas. Produire de la musique est toujours un pari. L'homme en sait quelque chose, lui qui, hier encore à la tête de Mercury, le label phare de la maison, a signé quelques-uns des plus gros succès des dernières années : Louane, Stromae, Kenji Girac... Et c'est un monde où l'on se fait rarement des cadeaux. Un an après sa nomination à la tête de la major, alors que le marché du disque donne pour la première fois un (faible) signe de redémarrage grâce à l'écoute en streaming, ses concurrents préfèrent souligner qu'Universal Music a perdu cette année 7 points de parts de marché (de 45 % à 38 %).

Février 2016. Après une longue période d'incertitude, le flamboyant Pascal Nègre est débarqué par Vincent Bolloré. Olivier Nusse hérite du trône. L'antithèse. Autant le premier était médiatique, habitué des « Star Ac » et des coups de gueule, autant son remplaçant est discret. Jusqu'à aujourd'hui, c'est silence radio, maison en chantier, prière de ne pas déranger. « Je ne me sentais pas d'arriver après Pascal et dire : "Salut les mecs, c'est moi", se justifie Olivier Nusse qui, pour la première fois, accepte de parler de lui. On s'est dit : on construit, on se réorganise, et on ne commence pas à fanfaronner. » Il laisse un silence avant de plonger enfin en

soupirant une fourchette dans le risotto : « L'année 2016 a été longue. »

D'aucuns ont vu dans sa nomination la marque d'un Brutus. Ses détracteurs ont critiqué le choix d'un *Yes man* Bolloré-compatible et dénoncé un choix de classe.

Nusse père est en effet à la tête d'une dynastie qui, dans les Vosges, a créé le groupe Clairfontaine (Rhodia, Exacompta, Quo Vadis, Le Dauphin...) quand les aïeux de Bolloré faisaient fortune en Bretagne avec les Papeteries de l'Odé.

« LA MESSE EN LATIN »

« Il est le fait du prince. Tout ça fait la messe en latin », peste un ancien *condottiere* de la maison. « Il est du sérail, il a la carte ; à Saint-Tropez, on peut s'amuser à comparer les villas des deux familles, et forcément cela rassure Bolloré », s'amuse Arnaud Delbarre, qui a dirigé L'Olympia (sous pavillon Universal) de 2002 à 2015 : « J'ai été le premier de la bande à Nègre à ne pas m'entendre avec Bolloré. La musique en France, c'est un truc d'artisanat. Ça doit être incarné. Et ça, Bolloré ne le veut pas. »

Olivier Nusse se contente de sourire. Lui qui a toujours refusé de rejoindre le giron du groupe familial (même s'il siège au conseil d'administration) constate : « Lorsque Bolloré a racheté Universal, ma famille s'est juste dit : "Ah, tiens, c'est du sérieux ?" »

Tout commence donc dans les Vosges où il est né le 3 mars 1968. Depuis le XVI^e siècle, sur la Meurthe, on fabrique du papier avec le

bois des forêts. En 1950, Charles Nusse, son grand-père paternel, invente le papier « 80 grammes avec de l'amidon pour que ça glisse », comme il l'explique fièrement, « et dessine lui-même le logo qui trône désormais sur les cahiers ». Le gamin grandit à Raon-l'Étape. Un bourg. À côté, c'est Etival et l'usine-siège ; plus loin, Saint-Dié et son coiffeur qui, sur la rue Thiers, fait office de disquaire. C'est l'époque du ska, du punk, de la new wave. Le fils du capitaine d'industrie écoute The Clash.

« LA CULTURE DU BLITZKRIEG »

Il a 15 ans, lorsque la vie de province commence à peser à sa famille, qui revient habiter à Paris. Après deux ans à Stanislas, très sélect lycée catho, le garçon remuant passe en sport études rugby, au lycée Lakanal, à Sceaux (Hauts-de-Seine), où les nuits dans les dortoirs sont aussi folklo que les journées sont musclées. « Il n'était pas costaud au début, un grand presque maigre, raconte Dominique Malard, son vieux copain de mêlée et de 400 coups, mais il a une telle capacité de résilience qu'il a été pris. Il est ainsi. Il veut montrer au monde qu'il peut le faire. » Derrière la gueule d'ange, le goût des soirées tardives (« J'ai l'alcool festif », confesse le patron) et des troisièmes mi-temps qui partent en vrille. Mieux vaut se méfier de son 1,92 mètre.

Dans l'équipe, « Dom » et « Olive » se distinguent par leur goût (« compétitif ») pour la musique : « C'était à qui allait dénicher le prochain artiste inconnu, raconte le premier. Son disque fétiche ? Féline des Strangers. » Cadet puis junior au Racing, Olivier Nusse fait son service militaire comme chasseur parachutiste (sous-lieutenant) en Ariège ; une école de commerce sans enthousiasme ; mais il renâcle quand l'heure vient

de rallier la holding familiale en prenant la direction d'une usine à Saint-Omer, dans le Pas-de-Calais. Son truc, c'est le rugby.

Le voilà qui signe au Stade français et, quelque temps plus tard, croise, dans un bar de la rue Princesse, Max Guazzini. Le puissant patron de NRJ en témoigne : c'est avec Olivier Nusse qu'il a découvert ce modeste club dont il prendra la présidence pour l'amener jusqu'en première division...

Mais Olivier Nusse est déjà parti. Max Guazzini, qui, pour garder ses joueurs – non professionnels –, les place ici et là, l'a présenté à Pascal Nègre. Le grand garçon timide est entré comme stagiaire chez PolyGram, avec une mission : pousser l'album des Droper's, une sorte de boys band composé de joueurs de l'équipe, dont les recettes doivent alimenter les caisses du club. L'actuel patron d'Universal Music accomplira la chose à merveille, allant jusqu'à se déhancher sur les plateaux télévisés pour la cause : *Quand le virage se met à chanter* sera rapidement disque d'or.

Troisième-ligne aile. Un poste qui nécessite mobilité, puissance et endurance. Des gaillards amenés à intervenir dans toutes les phases de jeu. Lui jouait côté fermé. En revanche, c'est un timide. Un vrai. « Un presque introverti, mais que l'ambition contrebalance... Au début il faisait l'effet d'un gosse à qui on a filé une Ferrari, raconte un de ceux qui l'ont vu arriver dans la maison dont il gravira tous les échelons. La culture de Nusse, c'est le Blitzkrieg, il fonce... Dès que ça commence à ronronner, il s'emmerde. Mais il sait apprendre et s'adapter. Lorsqu'il a pris la direction de Mercury, il a pris des épaules et gagné une vraie stature de manager. »

C'est qu'à Universal, peu de temps après son arrivée, le beau gosse qui, avec sa bande de rugby, trois soirs par semaine, tombait les filles aux Bains-Douches, rencontre Catherine Naubron, une proche de Pascal Nègre, un peu plus âgée, et déjà au fait des règles de survie et des principes de combat dans ce monde-là. Si elle a quitté Universal aujourd'hui, M^{me} Nusse reste la manageuse de Louane, « et d'Olivier... »

« Elle est une machine de guerre redoutable », vous murmure-t-on dans les couloirs. « L'énermée, qui tapait du poing sur la table, c'était elle, témoigne Sophie Bramly, qui autrefois dirigeait le développement numérique de la major. La personnalité d'Olivier, à la fois effacée et avide de curiosité, le rendait très agréable. Elle, c'était une frondeuse, une marrante, volubile... Son contraire. Un bon arrangement... En tout cas tout le monde était tellement habitué à être porté par Pascal que la nomination d'Olivier a dû en déstabiliser quelques-uns. »

UN CHOIX « LOGIQUE »

De fait, l'année a été difficile. Et pas seulement la dernière. Pascal Nègre, tout populaire et célébré qu'il soit, n'a pas toujours fait la vie facile à celui qu'on disait son dauphin. Et des dauphins, il y en a eu ! A commencer par Valéry Zeitoun, patron d'un autre label du groupe, AZ, et grande gueule devant l'éternel. En 2011, une bagarre au Montana, un bar de Saint-Germain-des-Prés, avec un Olivier Nusse bien éméché (« bourré, il est capable de vous retourner un bar », raconte en riant un témoin de ses virées nocturnes),

signa le coup de grâce pour cette figure du show-biz déjà sur la sellette.

Quand la question du départ de Nègre a commencé à se poser, nombreux sont ceux qui ont aussi tourné leurs yeux vers Jean-Philippe Allard. Un gros gabarit lui aussi. Un mètre quatre-vingt-six, surnommé « le Cardinal », spécialiste mondial du jazz, 60 ans, dont trente de maison après avoir démarré vendeur à la Fnac de Toulouse. Lui, sa came, ce ne sont pas les virées nocturnes mais le poker (il organise tous les deux mois une table chez lui – des gens d'Universal Music ou d'ailleurs, dont le chanteur Christophe).

Allard jure qu'il n'a jamais prétendu à quoi que ce soit, bien conscient, dit-il, qu'Olivier Nusse était dès le départ un choix logique pour Bolloré. « *Après, que voulez-vous, les gens se choisissent des champions, on n'y peut rien.* » Ce fut par exemple le cas de Julien Creuzard, le patron du label Capitol à qui Olivier Nusse va confier Polydor, et qui partira deux mois plus tard chez Warner... Pour rejoindre in fine ces jours-ci Pascal Nègre chez #NP (pour Now Playing, ou pour Nègre Pascal).

Car l'ancien boss lui-même est toujours en embuscade. Il n'a pas totalement digéré son éviction et si, comme tout le monde, il déclare n'en vouloir à personne, il semble bien décidé à ne pas faire tapisserie. Dans un monde où l'on ne compte plus en nombre de titres vendus mais en chiffre d'affaires, où chaque artiste a la possibilité d'être à la fois son propre producteur, arrangeur, et son propre média avec sa chaîne YouTube, ses comptes Facebook, Instagram, etc., la raison d'être des majors qui autrefois produisaient un artiste de A à Z est en effet fragilisée. « *L'avenir est au manager* », affirme un ex-directeur marketing d'Universal Music. C'est en tout cas ce que pense Pascal Nègre, qui drague sans fard sur ses anciennes terres : après Mylène Farmer, Zazie et Julien Clerc, c'est au tour de Carla Bruni d'avoir rejoint la société de management #NP, qu'il a créée avec le géant américain Live Nation.

« *Cela pourrait bientôt être #Not Playing, ironise, amer mais combatif, Olivier Nusse. Pascal portait toute l'image de la maison. Même si cela était très bien, depuis vingt ans*

qu'il était là, l'image était figée. » Un troisième-ligne aile ne baisse la tête que pour plaquer. « *Olivier n'est pas un charismatique. Mais il va vite. C'est son atout, dit de lui un ancien directeur artistique. C'est un deal-maker, prêt à tout pour conclure et qui, pour cela, sait être en fonction des artistes, smart ou bas du front.* »

Lacrim, alias Karim Zenoud, peut en témoigner : « *J'ai signé chez Universal en 2013, et pas une fois je n'ai rencontré Pascal Nègre. Depuis le 28 novembre et la sortie du dernier album, qui correspondait à un renouvellement de contrat, j'ai dû voir Olivier une douzaine de fois. Et c'est la première fois que je suis accueilli au huitième étage* » – comprendre : celui de la direction. Un lieu situé au 20 de la rue des Fossés-Saint-Bernard, à un jet de pierre du Panthéon, que les équipes risquent de devoir quitter d'ici six ans pour rallier l'île Seguin à Boulogne-Billancourt où Vivendi vient d'acquérir 4,5 hectares pour y installer, murmure-t-on, Canal, Universal, Dailymotion... Un rêve de synergies enfin réalisé.

C'est que pour être encore en position dominante sur le marché, personne chez Universal Music ne croit aux situations pérennes. Quand on lui demande qui est son principal concurrent, Warner ou Emi, Olivier Nusse répond : « *Les nouveaux entrants, comme Believe.* » La société s'est fait une spécialité de la diffusion digitale laissant aux artistes (PNL, Jul...) le soin de leur propre carrière, mais leur offrant la moitié des recettes générées. Olivier Nusse ne s'en cache pas : l'élément-clé du nouveau contrat mondial signé début avril avec la plateforme Spotify (50 millions d'abonnés payants), c'est « *l'accès à leurs data, à toutes leurs statistiques, et pas seulement à celles qui concernent Universal. Nous devons aller vers des solutions très flexibles.* »

RECONFIGURATION GÉNÉRALE

Et comprendre les mécanismes en jeu. Parce que, aujourd'hui, c'est le titre et non plus l'album qui est en jeu. Avec des comportements amplificateurs chez les ados qui vont écouter la même chanson mille fois (et, chaque fois, elle est comptabilisée dans le chiffre) quand un public plus âgé, lui, va sur Internet picorer un titre ici, un ti-

tre là. Les premiers nécessitent de multiplier les découvertes (plus de cent artistes signés en un an) quand les seconds posent l'étendue du catalogue d'Universal comme un capital vital.

Dans cette reconfiguration générale du métier, chacun cherche sa voie. « *On s'appelle encore maison de disques, j'espère qu'on s'appellera bientôt maison d'artistes* », dit l'homme qui, dans les notes internes, en appelle à « *l'intelligence collective* » pour appréhender ces nouveaux paradigmes. Développement vers l'Afrique, mise en place de structures pilotes comme le projet Initials qui veut accompagner, à la carte, des artistes émergents... Universal Music est en ordre de combat. « *On ne saura jamais si les choses auraient été différentes avec Pascal Nègre aux commandes. Mais il faut regarder ça avec un peu de recul. Nusse n'a pas foutu la boîte par terre, il l'a juste démontée, avec fermeté* », explique un ancien qui ajoute : « *C'est un garçon très ouvert qui, d'un seul coup, peut se fermer. Alors là, gare. Tu sais à la façon dont il te parle ou te regarde que tu vas dégager. Et, chez Universal, ils ont un budget quasiment illimité pour virer les gens. Je parle d'expérience.* »

Au restaurant, le troisième-ligne paye l'addition. Menu à 20 euros. On sourit : une note interne expliquait le 10 mars aux salariés d'Universal que les taxis étaient désormais interdits en journée, et les notes de restaurant supérieures à 25 euros soumises à autorisation spéciale. Autant pour les paillettes. ■

LAURENT CARPENTIER

**AUTANT PASCAL
NÈGRE ÉTAIT
MÉDIATIQUE, HABITUÉ
DES « STAR AC »
ET DES COUPS DE
GUEULE, AUTANT SON
REMPLAÇANT EST
DISCRET. JUSQU'À
AUJOURD'HUI, C'EST
SILENCE RADIO**

Depuis Abidjan, les maisons de disques à la conquête de l'Afrique

Après Universal Music, Sony pose ses jalons dans la ville ivoirienne afin de se positionner sur un marché culturel en pleine expansion

Quand Vincent Bolloré est arrivé dans le capital d'Universal Music, Romain Bilharz, qui, au sein du label Mercury, était en froid avec Olivier Nusse, a vu sa bonne étoile renaître. Lui qui prêchait dans le désert pour la musique africaine a été envoyé chez Vivendi à Paris, travailler « les synergies ». « Vincent a dit : l'Afrique est prioritaire et, tout d'un coup, c'est devenu un sujet », sourit l'actuel directeur général d'Universal Music Africa et Vivendi Africa.

Transports, logistique, tabac, exploitations forestières... le groupe Bolloré a fait une grande partie de sa fortune en Afrique. Depuis l'arrivée de l'industriel chez Vivendi, chacun y a été poussé à épouser le mouvement. Peut-être d'abord, comme l'explique un analyste parce que la culture est une bonne monnaie d'échange avec les potentats locaux ravis d'obtenir une salle de cinéma et de spectacle à côté de la ligne de chemin de fer en négociation. Six CanalOlympia ont ainsi déjà été ouverts (en Guinée, au Niger, au Burkina Faso, au Sénégal et deux au Cameroun), et plusieurs dizaines sont en projet.

Ensuite, parce qu'avec le développement technologique, la couverture de plus en plus importante du territoire par les réseaux mobiles et les serveurs Wi-Fi fonctionnant à l'électricité solaire dans ces « blue zones » ultramodernes que le groupe installe ici et là, l'Afrique est un marché en pleine expansion pour les entreprises culturelles.

Le pays de la grande promesse

Depuis 2014, Universal Music Africa s'est donc installé à Abidjan. D'abord dans les locaux de Canal, et plus récemment près du golf : une villa de 1 000 mètres carrés avec chambres pour les artistes en résidence, studio pour enregistrer des maquettes, piscine... « Ville cosmopolite, Abidjan a toujours été la capitale musicale de l'Afrique de l'Ouest », explique Romain Bilharz. *Même si les stars panafricaines aujourd'hui sont anglophones, nigérianes, aller à Abidjan c'est comme "monter à Paris" quand tu es de province.*

Sony ne s'y est pas trompé. Depuis janvier, la maison de disques a installé ses bureaux de l'autre côté du golf, dans la maison d'un ancien ministre ivoirien. Splendeur d'une architecture circulaire, chambres pour artistes en résidence, et studio d'enregistrement en construction... Villa contre villa. Major contre major.

Le maître des lieux, ici, s'appelle José Da Silva. Cap-Verdien élevé au Sénégal, découvreur et producteur de Cesaria Evora au sein du label Lusafrika, il confirme : « Abidjan est un lieu de passage. Beaucoup d'artistes comme Mory Kanté ou Salif Keita y ont lancé leur carrière. Dans les années 1990, on trouvait ici les meilleurs studios d'enregistrement. Il y avait déjà une major, EMI [depuis rachetée en partie par Universal et en partie par Warner] et les plus gros distributeurs du continent comme Jat Music. »

C'était avant que la situation po-

litique en Côte d'Ivoire ne devienne si instable qu'elle pousse tout le monde à partir. Il faudra attendre la fin de 2011 pour voir revenir les grands groupes industriels : Heineken, Quick... et Vivendi. Ainsi que les nouveaux médias. Canal+ et sa version africaine, A+, ainsi que trois nouvelles radios dont Vibe du groupe

Lagardère et Trace FM, qui fait des records d'audience. Appliquant les bonnes recettes d'Universal Music, Vivendi lance, dès 2014, un télé-crochet diffusé dans vingt pays : *Island Africa Talent*. La Malgache Denise y gagnera son premier contrat d'artiste... Dernière recrue en date : le groupe de rap Kiff No Beat.

« En janvier 2016, Sony m'a rappelé », raconte José Da Silva (qui entre-temps a été conseiller pour Universal). *Sony France venait de se faire chipper le contrat de MHD [jeune Franco-Guinéen inventeur de l'afro trap] par Universal, qui lui avait fait miroiter l'éventualité de travailler en Afrique grâce à son bureau à Abidjan.*

Olivier Nusse, à la tête d'Universal Music, n'en fait pas mystère : pour les artistes comme pour les producteurs, qu'il s'agisse de spectacles ou de streaming, l'Afrique est devenu le pays de la grande promesse. « Pour la diaspora en Europe, maintenant, ce sont les stars de là-bas qui comptent », expliquent Romain Bilharz et Olivier Nusse. Pour eux, l'heure est à la Pax Africa. ■

STÉPHANIE BINET ET LA. C.