

leMag

rendez-vous culturel du Courrier

MUSIQUE Déjà marginaux et désormais affectés comme les majors par la crise du disque, les éditeurs indépendants restent actifs. La Suisse en compte plusieurs dizaines, dont certains reçoivent l'aide d'organismes importants comme Pro Helvetia et le Pour-cent culturel Migros.



KEYSTONE/DOMINIC FAVRE

Label affaire

RODERIC MOUNIR

La crise du disque a beau affecter la planète entière, la réalité helvétique s'apparente pourtant à un terreau fertile, en particulier pour les labels indépendants. Gentlemen, Creaked, Voodoo Rhythm, Poor, Saïko, Plainisphère, Little Jig ou encore Stattmusik, pour n'en citer que quelques-uns, sont les jalons d'une nomenclature discographique *made in Switzerland*. Elle passe bien sûr par les grands centres urbains et culturels que sont Genève, Lausanne, Berne et Zurich mais aussi par Yverdon, Vich ou Lucerne. Tous styles confondus (pop, metal, jazz, électro, rap, chanson) et mues par une passion désintéressée, ces petites enseignes ne cèdent pas à la sinistrose. Dans un premier temps peu touchées, et à vrai dire plutôt réjouies par une restructuration du secteur qui affectait les majors arrogantes, elles ont fini elles aussi par sentir les effets du changement. Leurs ventes, déjà modestes, se sont tassées.

Mais leurs atouts demeurent importants. Les pensionnaires de labels indépendants sont des artistes de scène (indispensable vecteur de promotion et de rentrées financières). Leur publicité est peu coûteuse en raison de la faible présence de médias spécialisés, et parce que ces artistes s'impliquent souvent activement aux côtés de leurs éditeurs – associés plutôt qu'assistés. Qui dit petite structure dit aussi réactivité,

notamment sur Internet grâce aux nouveaux modes de diffusion tels que iTunes, Beatport ou Juno Download, parmi les innombrables plateformes légales de téléchargement.

Last but not least, les éditeurs indépendants peuvent compter sur l'aide des grands subventionneurs nationaux. Pro Helvetia et le Pour-cent culturel Migros ont tous deux développé des programmes destinés spécifiquement aux petits labels de haute qualité (lire page suivante).

PRAGMATISME ET FANTAISIE

Olivier Ducret a fondé Mental Groove à Genève en 1990. Pionnier des musiques électroniques romandes avec des artistes comme Miss Kittin, Water Lilly et Luciano, le label, qui fut aussi organisateur de soirées et un magasin de disques, s'est clairement positionné sur le Net. Olivier Ducret reste attaché au support physique, le vinyle en particulier, mais il propose aussi ses productions au format digital.

S'adapter semble être la règle pour cet activiste qui a vu passer les modes et remarque l'éclectisme de la «génération iPod» actuelle. Pour surnager dans un univers en profonde mutation, la diversification est de mise: «Je n'ai pas changé de fonctionnement depuis le début, je travaille sur des projets spécifiques et les bénéfices, quand il y en a, sont partagés équitablement. Chacun est libre de continuer la collaboration ou pas. Techniquement les artistes n'ont plus vraiment besoin

de label pour diffuser leur musique. Aujourd'hui, je cherche le meilleur booker (*organisateur de tournées, ndlr*), je gère l'édition (*gestion et promotion de l'exploitation des œuvres, ndlr*) en travaillant étroitement avec le distributeur Namskeio. Il y a par exemple des opportunités comme la synchronisation sur films ou publicités, qui peuvent rapporter gros.»

Ce pragmatisme n'exclut pas les coups de cœur. Exemple avec Kadebostan, un jeune artiste du cru qui mélange électro, jazz et musiques traditionnelles notamment des pays de l'Est. Mental Groove va publier un enregistrement réalisé live à Genève, pour lequel une formation biélorusse a été invitée tout spécialement. Le résultat, promet Olivier Ducret, est décoiffant. «J'ai assez donné dans la musique électronique pure, à l'époque où tout était à faire. Aujourd'hui, je vois les choses de manière décomplexée et ouverte.»

S'il a reçu des aides par le passé, il a surtout mis de sa poche et s'est dépensé sans compter. Au rayon fantaisies, il éditera bientôt... une bonne vieille cassette audio! «Parce que le format est en vogue dans certaines scènes» – en l'occurrence dans la mouvance bruitiste et néopsychédélique du groupe étasunien Sun Araw, protégés de Sonic Youth dont le live au Kab de l'Usine en juin dernier a été enregistré. «Je ferai une centaine d'exemplaires, qui seront écoulés avant même d'être fabriqués.»

Ne pas s'endormir sur des cartons remplis d'invidus: la règle d'or de tout label «indé». C'est encore plus vrai à une époque où l'attention du public dévie rapidement, tandis qu'Internet offre une profusion étourdissante de musiques à découvrir. «Les gros labels indépendants qui vendaient régulièrement 10 000 copies sont tombés à 2000», résume Yann Courtiau. En 2004, le Genevois lançait Shayo Records, début d'une belle aventure marquée par une quinzaine de CD d'artistes aux sonorités «dark folk» et «post-rock» mélancoliques – November, In Gowan Ring, Martyn Bates, The Evpatoria Report, Sally Doherty et récemment Goodbye Ivan. Des artistes aussi bien locaux qu'étasuniens, grâce à des connexions patiemment établies. «A un moment, j'ai par exemple proposé à des artistes reconnus dans certains milieux, mais sans label, de rééditer leurs œuvres», explique Yann Courtiau.

Sans folie des grandeurs, il écoute quelques centaines de ses productions (1600 copies pour sa meilleure vente, le barde néo-folk In Gowan Ring) grâce à quelques distributeurs nationaux. En Suisse, cela lui permet de se retrouver non seulement chez les petits discaires mais aussi dans les bacs de la Fnac et de Media Markt. Un mal nécessaire pour Yann Courtiau, qui préfère nettement la vente directe par son site web. «C'est plus sympa, j'ajoute un petit mot. Certains clients sont devenus des amis que j'ai ensuite rencontrés lors de tournées» ●●●

à la Une

Événements.

• Mental Groove, soirée «20 ans de l'Usine» le 18 décembre au Zoo (Genève) avec Sinner dc, Imperial Tiger Orchestra, Tanz Tanz, etc. Dernière parution: Sox, *How Top Picnic*, vinyle limité à 100 ex. et téléchargement. www.mentalgroove.ch

• Concert Shayo au Kab de l'Usine, Genève, mardi 6 octobre avec Blind Cave Salamander (Italie) et Cindytalk (Angleterre). Dernière parution: Blind Cave Salamander, *Troglobite*, CD distrib. Irascible. www.shayo.ch

• «Creaked Weekender» 5 ans de Creaked Records à Lausanne avec Joe Galen, Oy, Starting Teeth, Cosili (Le Romand, 9 octobre), et Consor, Julien Aubert, Vincent Oliver, Larytta (Le Bourg, 10 octobre). Expo de visuels à l'Espace Abstract du 9 au 17 octobre. Dernière parution: Joe Galen, *Persuasion (Back & Forth)*, CD distrib. Namskeio www.creakedrecords.com

Get A Life. Dernière parution: When Icarus Falls, *Over The Frozen Sea*, CD trois titres distrib. Irascible. www.myspace.com/getaliferec

Intakt. Dernière parution: Aki Takase, Louis Sclavis, *Yokohama*, CD distrib. Phonag www.intaktrec.ch

www.prohelvetia.ch
www.pour-cent-culturel.ch

Photos.

En haut: The National Fanfare of Kadebostany
TOM DE PEYRET
Ci-contre de g. à dr:
Patrik Landolt,
Joël Allmendinger,
Yann Courtiau,
Olivier Ducret. DR

••• ou simplement en vacances. Le bon plan pour passer quatre jours à Athènes, par exemple! Depuis peu, les plates-formes de téléchargement proposent ses références. «Produire un CD soigné en digipak (*emballage cartonné, ndr*) coûte cher. Mais pour pallier l'absence d'objet physique, j'envisage de proposer à chaque téléchargement un dossier PDF au graphisme spécifique.»

Côté promotion, Shayo s'en tient au minimum. Pas par coquetterie, par réalisme: «Mes productions ne sont pas assez formatées pour la FM. J'ai été invité une fois à l'émission Radio Paradiso de la RSR. C'était sympa mais ça n'a eu aucun impact.» Endetté, Yann Courtiau s'en fiche. «Je ne fais pas ça pour l'argent mais pour me faire plaisir. Je sors les disques que j'achèterais.» Après le beau solo instrumental de Goodbye Ivan (Arnaud Spodar, moitié du duo électro/post-rock Opak), Shayo publiera l'an prochain le disque des Poissons Autistes, duo valdo-genevois d'*ambient music* très planante.

«IL FAUT RAMER»

Chez Joël Allmendinger, on note le même ton désabusé cachant la passion du mélomane. Formé aux fanzines et à la musique punk/hardcore, ce placide Yverdonnois s'occupe à temps perdu de Get A Life («trouve-toi une vie»). «Au départ, je n'avais aucune intention de monter un label. Mes amis du groupe Ventura voulaient sortir un disque et ne trouvaient personne, alors ils ont créé leur label et je leur ai filé un coup de main.» Depuis, il travaille presque seul avec juste l'aide de graphistes et d'un ami pour la comptabilité. En quatre ans, Get A Life s'est taillé une solide réputation en publiant la crème de la jeune scène underground helvétique (Impure Wilhelmina, Cortez, Equus, Ventura, Yog, The Evpatoria Report, Vancouver). Avec un budget de 5 à 6000 francs, Joël Allmendinger fait presser 1000 exemplaires d'un CD dans une fabrique suisse, à quoi s'ajoute du vinyle pour certaines références, en Tchèque dans une usine qui n'a jamais cessé d'en faire, même au temps glorieux du compact disc. Il assure ensuite la diffusion et la promotion.

Mais «la durée de vie d'un disque est de plus en plus courte», constate le patron de Get A Life. Et le temps libre décidément trop rare. «Je vais ralentir la cadence. Ma

motivation reste de soutenir la scène locale et les groupes qui en valent la peine. Mais pour exister dans un créneau aussi pointu, il faut ramer.» Joël Allmendinger se souvient avoir reçu une réponse négative à sa seule demande de subvention...

ÉTHIQUE INTACTE

La vie paraît du coup plus facile du côté d'Intakt. Le label de jazz zurichois vient de se voir attribuer par Pro Helvetia une enveloppe annuelle de 40 000 francs jusqu'en 2012. Fondé il y a vingt-cinq ans par Patrik Landolt, ancien journaliste de l'hebdo de gauche *WocheZeitung*, Intakt compte 165 titres à son catalogue et est aujourd'hui reconnu à l'échelle internationale – le site étasunien de référence All About Jazz l'a élu label de l'année en 2008.

Louis Sclavis, Sylvie Courvoisier, Fred Frith, Anthony Braxton, Han Bennink, Guillermo E. Brown, Peter Brötzmann, Paul Lovens, Christian Marclay, Cecil Taylor... La liste des grands noms, suisses et étrangers, donne le vertige. On ne s'étonnera pas d'apprendre de la bouche de Patrik Landolt que John Zorn, le bouillant saxophoniste new-yorkais, a prévu de lui confier les clés de son club durant un mois en 2012. «L'occasion d'exposer la musique suisse», assure le boss.



La pop, à Migros

L'aide aux labels pop, c'est l'affaire du Pour-cent culturel Migros. Dans le cadre d'un programme de trois ans qui vient d'être reconduit, la promotion culturelle du géant orange attribue 120 000 francs par an à des indépendants ayant sous contrat des musiciennes et musiciens suisses. Cette année, parmi une trentaine de prétendants, quatre écuries ont touché entre 20 000 et 40 000 francs: Inside Agency (Bâle), Sophie Records (Berne), Poor Records (Genève) et Creaked Records (Lausanne) – ce dernier pour la seconde fois.

Pour Migros «ces fonds doivent servir à renforcer l'autonomie et le professionnalisme des labels». En effet, «une idée reçue est que la musique pop, par essence populaire, fonctionne toute seule, fait remarquer Philipp Schnyder von Wartensee, chef du projet. C'est vrai pour quelques vedettes internationales, mais pas en Suisse où le marché est minuscule, et l'aide fondamentale.» Le programme vise à pérenniser les métiers de la scène émergente en professionnalisant leurs structures: «Ces labels se créent tout seuls et apprennent sur le tas. Trop souvent, quand leurs responsables lâchent l'affaire vers l'âge de 35 ans, au moment de fonder une famille et de passer à autre chose, c'est tout un savoir-faire qui se perd.»

Le programme a fait ses preuves, estime Philipp Schnyder, qui se dit juste «un peu déçu par le manque de vision» des indépendants. Interrogés dans le cadre des candidatures, ceux-ci ont répondu que l'argent leur servirait à renforcer la publicité ou à engager un-e assistant-e, mais ils ont rarement développé une vision pour l'avenir. «C'est compréhensible car ils sont pris par le quotidien. Nous leur recommandons de se diversifier, d'intégrer le management et le booking à leurs activités pour œuvrer au développement des artistes.»

Côté critères de sélection, si la ligne artistique et l'ancrage local sont importants, la capacité d'exportation l'est aussi: «Surtout pour les Romands, car le marché domestique est insignifiant, alors qu'un label alémanique a plus de chances d'être autosuffisant.» Le fait de s'adresser à un public très ciblé n'est pas un problème, «au contraire: le Bernois Voodoo Rhythm, spécialisé dans le blues du bayou, a plus de chances de trouver un public international qu'un label de pop/rock qui entre en concurrence avec les Anglais, spécialistes du genre.»

La Confédération paie la note bleue

Pro Helvetia soutient depuis 2003 les labels suisses de jazz, parmi lesquels les Alémaniques For 4Ears, Cut, Unit et le Tessinois Altrisuoni. Cette année, le choix de la Fondation suisse pour la culture s'est porté sur Intakt (Zurich) et Tonus-Music (Berne), deux structures actives et respectées sur la scène internationale du jazz contemporain. Intakt recevra chaque année 40 000 francs durant trois ans, tandis que Tonus-Music touchera trois fois 15 000 francs.

Questions à Thomas Gartmann, directeur du département musique chez Pro Helvetia.

Quels sont les critères de sélection de Pro Helvetia?

Thomas Gartmann: Les labels doivent avoir un programme de musique suisse ambitieux, un catalogue international ainsi qu'un réseau de distribution. Nous cherchons à collaborer sur la durée avec des ensembles stables, au profil clairement typé. Mais nous ne fixons pas d'objectifs de ventes chiffrés.

Pourquoi le jazz uniquement?

– Dans la mesure où le Pour-cent culturel Mi-

gros soutient activement les labels pop, nous suivons une politique de soutien complémentaire. Par exemple en accordant des mandats de composition liés à une sortie discographique, souvent sur un label suisse. Quant aux productions de musiques contemporaine et traditionnelle, elles sont soutenues en collaboration avec des partenaires (SSR, Fondation SUISA, Pour-cent culturel Migros) à travers les séries discographiques Grammont Portrait et Neue Volksmusik, deux sous-divisions du label «Musiques Suisses».

Avez-vous observé des résultats grâce à ces aides?

– Oui, grâce à nos aides Intakt et Altrisuoni sont très présents dans la presse internationale, ils ont pu trouver de nouveaux distributeurs. Chez Tonus, on note également des résultats encourageants. Ces labels soignent mieux leur «back catalogue»: il re-presentent leurs anciennes références et sont en train de les numériser. Tonus et Intakt font aussi un excellent travail de promotion et d'agence pour leurs musiciens. Ces deux maisons de disques ont gagné le prix de l'Association allemande des critiques de disques.

Il faut aussi souligner un effet «secondaire», qui s'est manifesté par une meilleure collaboration entre les labels suisses. L'autre résultat est que le Pour-cent culturel Migros a profité de nos expériences pour la création de son instrument de soutien aux labels pop. Un canton comme Berne envisage également la promotion de labels.

A plus ou moins long terme, le support CD paraît condamné. Envisagez-vous de soutenir des «Net-labels» (voués au téléchargement uniquement, sans support physique), ou la diffusion directe de musique par des artistes?

– En effet, ces évolutions nous poussent à réfléchir à de nouvelles formules. Pour un marché de niche comme le jazz, le CD reste viable – les chiffres d'Intakt et Tonus n'ont pas trop chuté. Mais il faut être prêt à affronter le changement. Nous avons fait nos premières expériences dans la distribution exclusivement digitale en accordant, il y a trois ans, un mandat de composition et de production au label de musique électronique expérimentale Domizil.

PROPOS RECUEILLIS PAR RMR