


Le Petit Label: du cousu main

Label

En pleine crise du disque, un contrepied salutaire. "Ma petite entreprise..." Pas vraiment, ou alors "la plus petite possible et sans but lucratif", sourit Nicolas Talbot, contrebassiste et cheville ouvrière du "micro label" basé à Caen sous la forme juridique d'une association amie du collectif Focus jazz et du Jazz Dudim déjà actifs dans la région. Au départ une envie partagée avec le batteur Jean-Benoît Culot de monter un label militant "dans l'esprit d'une coopérative, avec cette énergie. Sans tête d'affiche mais avec l'expérience acquise dans l'auto-production, pour des musiciens que nous avons envie de défendre. Le travail du label bordelais Amor Fati, ou celui de Tim Berne avec Screwgun nous emballaient. Le déclencheur a été l'envie de publier l'enregistrement d'un concert du guitariste Jean-François Colson qui venait de disparaître". Cette première référence porte le n°000 (épuisé). Un signe de différence! Pour l'ensemble des jeunes groupes édités depuis (Frix, Los Mamanos, Scraps, Renza-Bô, Etienne de la Sayette, Marc Boutillot...), un choix esthétique de "musiques originales,

plutôt free", réparties en quatre collections: la blanche pour les textes, la rouge pour le free, la bleue pour les musiques improvisées et kraft pour le jazz, "la plus facile à vendre", confie Nicolas Talbot. Et un choix visuel marquant lui aussi une distance avec les us et coutumes du disque de jazz: jamais de boîtier plastique mais des pochettes cartonnées et sérigraphiées. **Sur quelle économie fonctionnent-ils?** "On part des ventes estimées. À 12 euros le CD, si l'on en vend 100 exemplaires, nous rentrons 1200 euros. C'est le budget de production. La fabrication et les droits SDRM nous reviennent à 300 euros, le musicien reçoit 500 euros pour sa bande (dont il garde la propriété), le label garde 200 euros pour le travail annexe (catalogue, site...). Nous tirons 120 exemplaires pour disposer de 20 exemplaires en promo." À deux reprises, pour Etienne de la Sayette et Los Mamanos, le stock s'étant épuisé en un clin d'œil, il a fallu effectuer des retirages. Pour résoudre la question de la distribution (éternel goulot d'étranglement), Nicolas Talbot est parti d'une expérience cuisante, celle d'un distributeur (Night & Day) qui dépose le bilan. Parti récupérer son stock, il est resté pantois devant les piles entassées dans le hangar. Depuis, il reste dans la logique d'une micro économie: "Cent exemplaires, ça simplifie beaucoup. Tout reste à dimension humaine, maîtrisable. Nous avons un seul salarié et sortons dix disques par an. Et en dehors de notre propre site, nous sommes diffusés par Improjazz, Allgorythm et les Allumés du jazz". Vous avez dit alternatif?

Alex Dutilh

 À CONSULTER: www.petitlabel.com