

**Descriptif succinct de l'expérience :**

Le but de ce projet a été le développement d'un label de musique à identité forte à une échelle internationale.

Cette identité forte s'est traduite notamment par la (re)matérialisation de l'objet disque par des pochettes cousues et dessinées par les artistes.

Une redéfinition des enjeux et du rôle d'un label de musique auprès des artistes et auprès du public a été nécessaire.

**Localisation de l'opération :**  
Clermont-Ferrand (France)  
Rayonnement international

**Contact :**  
Alexandre ROCHON  
Rue Serge Gainsbourg  
63100 Clermont Ferrand  
06 64 90 44 45  
alex .roc@laposte.net  
www.kutufolk.com

**Contexte et enjeux pour le territoire / la structure**

Développement d'un label de musique à identité forte à une échelle internationale.

(Re)matérialisation de l'objet disque par des pochettes cousues et dessinées par les artistes.

Redéfinition des enjeux et du rôle d'un label de musique auprès des artistes et auprès du public.

**Facteur déclenchant de l'action**

Envie de se démarquer, envie de produire soi-même (le fameux Do It Yourself, DIY), envie de proposer de nouvelles choses au public.

**Objectifs de l'action**

Pérenniser la construction du label Kütu Folk Records en proposant des modèles économiques nouveaux et viables dans le secteur en crise des musiques actuelles, élargir nos réseaux et notre public.

**Publics visés**

Public international.

**Procédures et modalités d'actions**

Modalités d'actions variées, par exemple, par la recherche d'ambassadeur du label dans des pays étrangers.

**Les partenaires associés à cette action**

La Région Auvergne, L'Union Européenne, La Ville de Clermont Ferrand, Le FRAC Auvergne, Le TRANSFO, La Coopérative De Mai, Sauve Qui Peut Le Court Métrage, Les Inrockuptibles, Magic RPM, Discograph.

**Les outils, les financements mis en œuvre, le budget de l'opération**

Fort soutien à la création par différentes structures partenaires de notre projet. Pas d'emprunts bancaires.

**Les problèmes rencontrés et solutions trouvées**

Aggravation de la crise du disque, effondrement des schémas classiques de promotion et de marketing.

Solutions : Agir logiquement, réinventer sans cesse et se démarquer des réussites du passé.

**Les résultats (quantitatifs et qualitatifs)**

Reconnaissance et identification du label par les professionnels au niveau national.

Ventes satisfaisantes.

**Les perspectives**

Développement dans les pays étrangers.

Signature de groupes étrangers.

Diversification des créations artistiques en lien avec le secteur musical (ouverture à l'édition littéraire, à la vidéo etc...).