

Un label de qualité

Les 10 ans de Zig-Zag Territoires



Zig-Zag Territoires, c'est finalement un drôle de nom pour une maison de disques qui suit son chemin bien droit depuis maintenant dix ans. Sylvie Brély et Franck Jaffrès, fondateurs et directeurs de ce label, en sont persuadés : « Nous sommes des coureurs de fond. » Pour eux, « il n'y a pas de crise du disque ; ce qui baisse, c'est le chiffre d'affaires parce que certains acteurs du marché organisent une grande braderie du disque à cinq euros ». Bref, « le disque n'est pas mort ». Ils disent le constater : il y a un public qui aime acheter des disques et qui fait confiance à leur label. C'est une de leurs fiertés : « Nous avons construit une identité forte, autour de choix techniques, de fidélité à nos artistes, de cohérence de nos visuels ; nous

avons créé un "esprit de catalogue". » Mais l'optimisme n'empêche pas la lucidité. Pour Zig-Zag comme pour les autres, « c'est dur de vendre des disques ! » Et il faut donc innover. Construire une relation entre le public et des lieux de concert comme, par exemple, dans ces partenariats engagés avec le Festival de Sablé et le Printemps des Arts de Monte-Carlo. Prendre la décision, éminemment commerciale, de lancer « Zebra », une collection à neuf euros « qui répond à des attentes et fait connaître nos premiers titres à l'étranger ». Enfin, « oser des coups de folie » : le dernier en date, c'est un projet Bach-Coltrane, « pas du tout de crossover », mais qui veut retrouver « le cheminement de la spiritualité chez ces deux créateurs »... ■

Eric Taver

