

# Le Profil de Putumayo

**Putumayo World Music** a été créée en 1993 afin de d'initier le public aux musiques des différentes cultures du monde. Le label est né d'une boutique de prêt-à-porter et d'objets ethniques fondée par Dan Storper en 1975, et vendue en 1997. Au cours des quinze dernières années, Putumayo est avant tout devenu célèbre pour ses compilations mélodiques, composées d'une musique internationale de qualité, pour une « sensation de bien-être garantie! », comme le signe le label.

L'art distinctif de **Nicola Heindl**, au style coloré et folklorique, que l'on retrouve sur les pochettes des CD Putumayo incarne l'un des objectifs de la société : allier tradition et modernité. En conjuguant musiques, supports visuels attrayants et commercialisation créative, Putumayo a développé une identité de marque unique, chose plutôt rare de nos jours dans une industrie du disque tournée vers les artistes.

Putumayo est considéré comme pionnier et leader dans le développement du marché non-traditionnel. Une grande partie de la clientèle ciblée se compose de « **Créatifs Culturels** », un terme de sociologie qui désigne près de 50 millions de Nordaméricains et des millions d'autres personnes de part le monde, manifestant un intérêt pour la culture, les voyages et les arts. Pour atteindre ces consommateurs, Putumayo s'est constitué un réseau en marque déposée, composé de plus de 3.500 librairies, magasins de cadeaux ou de prêt-à-porter, cafés et autres magasins spécialisés aux Etats-Unis. Il faut y ajouter des milliers de magasins dans le monde qui vendent et diffusent ses CD, tout en restant largement présent chez les disquaires. Putumayo a lancé les concours **Travel the World with Putumayo**, avec à la clé des voyages aux Caraïbes, en Irlande, au Maroc, au Brésil, au Sénégal et à la Nouvelle-Orléans.

La volonté de Dan Storper de créer une société mondiale et une marque représentative d'un certain mode de vie, est encouragée par une distribution qui couvre plus de 100 pays. L'ouverture en 2000 de **Putumayo Europe** aux Pays-Bas a permis à la société d'entrer en contact avec la scène musicale européenne et son réseau de distribution. Le développement de **Putumayo International** a également permis d'accroître la présence du label en Amérique du Sud, en Asie, en Afrique et en Océanie. La société possède désormais 21 antennes dans 15 pays du monde entier.

La division **Putumayo Kids** a été créée pour sensibiliser les enfants à d'autres cultures, au travers de musiques du monde ludiques et mélodiques. Depuis la sortie de **World Playground** en 1999, album ayant remporté un franc succès, Putumayo Kids s'est imposé comme l'un des labels pour enfants les plus importants au monde, recevant de très bonnes critiques et les honneurs des Parents' Choice Awards, ou de la National Parenting Publications Association entre autres. Avec une collection d'albums en constante augmentation et ses kits d'activités multiculturelles, Putumayo Kids offre aux enfants une musique ludique, mélodique et culturellement authentique, le tout accompagné de livrets éducatifs.

Putumayo a également lancé la **Putumayo World Music Hour** en 2000. Première émission de radio de musiques du monde sous licence commerciale, elle est aujourd'hui diffusée dans le monde entier sur 170 stations commerciales et non-commerciales.

En 2006, Putumayo proposait **Acoustic Africa**, un CD couplé à une tournée internationale, avec Habib Koite, Vusi Mahlasela et Dobet Gnahoré qui ont réalisé plus de 40 dates aux États-Unis et en Europe. Putumayo Kids a en outre inauguré une série de dix concerts américains dans la foulée de l'album **Reggae Playground**, avec le musicien Asheba originaire de Trinidad, suivi en 2007 de l'**Animal Playground Tour**, qui s'est produit dans 30 zoos et divers lieux aux États-Unis. Par ailleurs, Putumayo organise entre autres événements des concerts, des soirées de lancement et des rencontres musicales dans les magasins.

L'engagement de la société pour venir en aide aux communautés d'où la musique est originaire, a conduit le label à verser plus d'un million de dollars à des organisations à but non-lucratif plus que louables dans le monde entier. Après le passage de Katrina, Putumayo s'est lancé dans une campagne de récolte de fonds et de sensibilisation pour les musiciens et les populations affectés par l'ouragan. Putumayo a reversé plus de \$ 250.000 sur les recettes de **New Orleans** et des autres albums sur le même thème à des associations caritatives de la ville ainsi qu'à ses musiciens. Parmi les autres bénéficiaires caritatifs, on compte **Coffee Kids**, **Oxfam America**, **Mercy Corps**, **Search for Common Ground** et bien d'autres encore.

En avril, Putumayo célébrera son **15e anniversaire** avec la sortie d'**African Party**. Le CD réunit quelques-uns des plus grands artistes africains, notamment le groupe Kotoja qui incita indirectement Dan Storper à créer le label, suite un concert jubilatoire à San Francisco en 1991.

Alors que les marchés internationaux et l'attrait des consommateurs pour les musiques du monde ne cessent de grandir, Putumayo continue de mettre en œuvre des moyens créatifs pour proposer une musique passionnante, originaire du monde entier, et sous-exposée dans les médias de masse. Pour de plus amples informations, connaître les dernières nouveautés de Putumayo World Music, ou les albums et événements à venir, rendez-vous sur [www.putumayo.com](http://www.putumayo.com).

**PUTUMAYO**  
World Music

Guaranteed to make you feel good!