



## NYON RÉGION

*Étude sur les retombées des événements culturels*

*Échantillon d'institutions des Régions de Nyon et Morges*

Mandant : Conseil régional du district de Nyon

Mandataire : Grégory Saudan – Consultant indépendant

Période : Juillet 2016 – Février 2017

**GREGORY SAUDAN**

/ CONSULTANT EVENT SPORT COMMUNICATION

## AGENDA

INTRODUCTION.....	4	USINE A GAZ : PERCEPTION QUALITATIVE .....	33
MÉTHODOLOGIE.....	5	LE LIVRE SUR LES QUAIS .....	35
BILAN GLOBAL.....	9	LE LIVRE SUR LES QUAIS : IMPACT ÉCONOMIQUE.....	36
INTRODUCTION.....	9	LE LIVRE SUR LES QUAIS: IMPACT MÉDIATIQUE.....	37
CARTOGRAPHIQUE .....	10	LE LIVRE SUR LES QUAIS: PERCEPTION QUALITATIVE .....	38
ANALYSE DÉTAILLÉE DES INSTITUTIONS .....	14	THÉÂTRE DE BEAUSOBRE .....	40
VISIONS DU REEL.....	15	THÉÂTRE DE BEAUSOBRE : IMPACT ECONOMIQUE.....	41
VISIONS DU REEL : IMPACT ÉCONOMIQUE.....	16	THÉÂTRE DE BEAUSOBRE : IMPACT MÉDIATIQUE .....	43
VISIONS DU REEL : IMPACT MÉDIATIQUE .....	17	THÉÂTRE DE BEAUSOBRE : PERCEPTION QUALITATIVE .....	43
VISIONS DU REEL : PERCEPTION QUALITATIVE .....	18	LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL.....	45
FAR° FESTIVAL DES ARTS VIVANTS.....	20	LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL : IMPACT ÉCONOMIQUE .....	46
FAR° : IMPACT ÉCONOMIQUE.....	21	LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL : IMPACT MÉDIATIQUE .....	47
FAR° : IMPACT MÉDIATIQUE.....	22	LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL : PERCEPTION QUALITATIVE.....	48
FAR° : PERCEPTION QUALITATIVE .....	23	JVAL OPENAIR.....	50
PALÉO FESTIVAL.....	25	JVAL OPENAIR: IMPACT ÉCONOMIQUE .....	51
PALÉO FESTIVAL : IMPACT ÉCONOMIQUE .....	26	JVAL OPENAIR: IMPACT MÉDIATIQUE .....	52
PALEO FESTIVAL : PERCEPTION QUALITATIVE.....	28	JVAL OPENAIR: PERCEPTION QUALITATIVE .....	53
USINE À GAZ À NYON.....	30	LES VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY.....	54
USINE A GAZ : IMPACT ÉCONOMIQUE.....	31	VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY:.....	55
USINE A GAZ : IMPACT MÉDIATIQUE .....	32	IMPACT ÉCONOMIQUE.....	55
		VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY: IMPACT MÉDIATIQUE.....	57
		VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY: PERCEPTION QUALITATIVE.....	57

SALLE LA PARENTHÈSE.....	59
SALLE LA PARENTHÈSE: IMPACT ÉCONOMIQUE.....	60
SALLE LA PARENTHÈSE: IMPACT MÉDIATIQUE .....	62
SALLE LA PARENTHÈSE: PERCEPTION QUALITATIVE .....	62
LE THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP .....	64
LE THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP : .....	65
IMPACT ÉCONOMIQUE .....	65
LE THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP : .....	67
IMPACT MÉDIATIQUE .....	67
THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP : .....	67
PERCEPTION QUALITATIVE .....	67
CASINO THÉÂTRE DE ROLLE.....	69
CASINO THÉÂTRE DE ROLLE : IMPACT ÉCONOMIQUE .....	70
CASINO THÉÂTRE DE ROLLE : IMPACT MÉDIATIQUE .....	72
CASINO THÉÂTRE DE ROLLE: PERCEPTION QUALITATIVE .....	72
CONTACT .....	75

## INTRODUCTION

### Mission

L'étude a pour but d'analyser un échantillon de manifestations et de salles de spectacle des districts de Nyon et de Morges. Elle permet d'évaluer leur cohérence avec les politiques culturelle et touristique mises en place. Concernant la politique touristique, les répercussions médiatiques et économiques sont les aspects les plus concrets. Pour la politique culturelle, les aspects les plus importants sont notamment la création et l'innovation.

Cette étude permet ainsi de répondre aux objectifs suivants, à savoir :

1. Évaluer l'impact économique des événements et salles de spectacle retenus pour l'analyse
2. Évaluer l'impact médiatique des événements et salles de spectacle retenus pour l'analyse
3. Évaluer l'impact qualitatif des événements et salles de spectacle retenus pour l'analyse
4. Établir un bilan global de la cartographie des échantillons des événements culturels de la Région de Nyon et de Morges.

### Équipe de travail

Le présent mandat a été lancé par le conseil régional du District de Nyon. Il a mandaté Grégory Saudan, consultant indépendant, qui a réalisé plusieurs études d'impact d'événements sportifs et culturels sur sol vaudois depuis 2009.

D'entente entre le mandant et le mandataire, il a été décidé de créer **deux groupes de travail** pour suivre au mieux le déroulement de ce projet.

- Un **comité pilote**, en charge du suivi du projet. Ce groupe est composé de *Mme Nathalie-Raya Etter et Cintia Stucker (Régionyon), et Sandra Mordasini (SPECO)*.

- Un **comité de suivi**, représentant les parties prenantes de l'étude, et en charge de comprendre le processus et de collaborer à la récolte de données. Ce groupe est composé de :

#### ➤ Entités politiques et touristiques :

##### • SERAC

- Nicole Minder – Cheffe de Service
- Nicolas Gyger – Adjoint chef de Service
- Hervé Monnerat – Administration & Organisation

##### • SPECO

- Sandra Mordasini – Cheffe de projet tourisme

##### • Ville de Nyon

- Fabienne Freymond Cantone – Municipale
- Monique Voélin – Cheffe service culture

##### • Ville de Gland

- Isabelle Monney – Municipale
- Sandrine Faure – Cheffe service culture

##### • Commune de Coppet

- Isabelle Naville – Municipale

##### • Commune de Rolle

- Monique Choulat Pugnale – Municipale
- Vincent Angehrn – Chef service culture

##### • Commune d'Arzier

- Louise Schweizer – Municipale

##### • Ville de Morges

- Vincent Jaques – Syndic

##### • Tourisme

- Christophe Zen Ruffinen – Président Hotelleriesuisse de La Côte, Directeur Hôtel Chavannes de Bogis

➤ Entités étudiées :

• **Événements :**

- Visions du Réel – Nyon : Philippe Clivaz
- FAR° – Nyon : Véronique Ferrero-Delacoste
- Livre sur les Quais – Morges : Frédéric Rossi
- La Côte Flûte traversière – Gland : Carole Reuge
- JVAL Festival – Begnins : Laurent Nicolas
- Variations musicales – Tannay : Serge Schmidt
- Paléo Festival – Nyon : Philippe Vallat

• **Salles :**

- Casino Théâtre de Rolle : Marie-Claire Mermoud
- Usine à Gaz – Nyon : Pierre-Yves Schmidt
- Salle La Parenthèse – Nyon : Benjamin Zumstein
- Théâtre de Beausobre – Morges : Roxane Aybek
- Théâtre de Grand-Champ – Gland : Sandrine Faure

**Destinataire**

Le principal destinataire de l'étude est le conseil régional du district de Nyon, désireux d'effectuer un bilan de l'impact des manifestations culturelles de la région de Nyon.

## MÉTHODOLOGIE

**Étapes**

L'étude est divisée en quatre grandes étapes, à savoir :

▪ **ÉTAPE 1 | LANCEMENT DE PROJET**

1. Validation définitive des événements et salles de spectacles retenus (comité pilote)

2. Proposition et validation du questionnaire d'entretien pour les rencontres avec les directions de chaque événement et salle de spectacle
3. Proposition, discussion et validation des critères et indicateurs qualitatifs d'analyse

▪ **ÉTAPE 2 | RÉCOLTE DE DONNÉES**

1. Entretiens individuels sur site avec la direction des événements et salles de spectacle retenus
2. Intégration de données pertinentes (rapport de gestion, budget, communiqué de presse, etc.) remises par la direction des événements et salles de spectacles retenus.

▪ **ÉTAPE 3 | TRAITEMENT DES DONNÉES**

Les données recensées permettent d'analyser trois types d'impact :

1. L'impact économique :

Il est tout d'abord important de délimiter de manière exacte la zone géographique sur laquelle sont estimés les effets économiques de l'institution. Il s'agit ici du district de Nyon ou de Morges, selon la manifestation ou la salle.

Une dépense ne constitue une injection que si elle bénéficie à un agent du district concerné et si elle est financée par un agent extérieur, on parle alors de recette autonome. Inversement, une dépense née dans le district concerné à destination d'un agent extérieur correspond à une fuite régionale. Les dépenses des agents yonnais/morgiens effectuées à l'intérieur du district concerné doivent pour leur part être ignorées puisqu'elles constituent des transferts sectoriels de dépenses et non une injection d'argent nette pour le district.

Ainsi, lorsque les recettes autonomes sont utilisées pour financer des salaires, il y a immédiatement création d'un revenu d'un montant équivalent dans l'économie du district. Cependant, il faut

également déterminer si la valeur des biens et services a été ou non créée dans la région. Pour mesurer la part des commandes qui aboutit à une valeur ajoutée dans le canton de Vaud, l'effet direct des dépenses est distingué des effets indirects. Le processus de calcul du revenu économique se fait comme suit :

- Effets directs :
  - Salaires et charges sociales
  - Frais généraux
  - Taxes :
    - sur les billets
    - sur les cachets
    - de séjour
    - sur le bénéfice
- Effets indirects :
  - Dépenses des spectateurs
  - Dépenses des artistes et de leur entourage
  - Dépenses des bénévoles
  - Dépenses des sponsors
  - Dépenses des médias
  - Dépenses des organisations

En complément de ces deux effets, il est important de connaître la structure budgétaire de chaque manifestation et plus particulièrement du soutien public et sponsoring, en cash ou en prestations. Ainsi, pour chaque institution, les ratios suivant sont calculés :

- Structure budgétaire :
  - Soutien public "cash"/budget (%)
  - Soutien public "prestations"/ budget (%)
  - Sponsoring "cash" / budget (%)
  - Sponsoring "prestations"/ budget (%)

## 2. L'impact médiatique :

Le calcul de cet impact est difficile à analyser car pour obtenir des données tangibles, il faut pouvoir disposer pour chaque événement d'un recueil des articles de presse publiés (argus), d'un « media control » pour les heures télévisées et de radio, ainsi que les statistiques de visite sur le site Internet. De plus, pour la majorité des manifestations, ces données sont des coûts onéreux dans lesquelles les organisateurs investissent rarement.

Néanmoins, l'organisateur doit être en mesure d'évaluer le nombre de médias présents, car il est nécessaire de pouvoir les accueillir dans de bonnes conditions. De plus, il peut également évaluer « grossièrement » le nombre de pages (selon le nombre de jour de compétition, les conférences de presse, etc.) et d'heures de télévision (selon les contrats de droits qu'il a signé) qui ont été réalisées sur l'ensemble de son événement.

Ainsi, afin d'obtenir une valeur théorique de la promotion médiatique, les évaluations faites par l'organisateur seront multipliées par le coût moyen d'une page de publicité dans la presse écrite et online, du prix moyen d'une minute de publicité à la télévision et à la radio.

Pour chaque événement, la distinction proportionnelle entre médias régionaux et hors district est mentionnée.

## 3. L'impact qualitatif :

Cinq critères de décision ont été retenus par le Conseil régional. Chaque critère englobe différents indicateurs pondérés selon leur importance et plus facilement quantifiables et/ou qualifiables, qui répondent ainsi au besoin de ce type d'interview.

- Degré d'innovation
  - Nombre d'événements similaires
  - Appréciation de la création

- Plateforme d'échange
- Innovation infrastructurelle
- Innovation organisationnelle
- Synergies académiques
- Action sur l'environnement
  - Existence et efficacité du réseau de transport
  - Déplacement en transport public
  - Nuisances sonores (aménagements)
  - Séparation des ordures (intérêt)
  - Sensibilisation développement durable
  - Faune et Flore
- Critère social
  - Formation culturelle continue
  - Médiation culturelle
  - Mixité sociale
  - Rampe de lancement
  - Nombre de bénévoles
  - Accueil handicapés (efforts)
  - Potentiel de débordement
- Degré d'attractivité
  - Appréciation de la programmation générale
  - Appréciation de l'accueil
  - Portée de l'événement
  - Budget promotion
  - Nombre moyen de spectateurs
  - Synergies entre les événements
  - Professionnalisme de l'organisation

- Accueil des VIP
- Population régionale
  - Mise en valeur région
  - Implication population
  - Implication des écoles
  - Prévention
  - Collaborations associatives



#### ETAPE 4 | RÉALISATION & PRÉSENTATION DU RAPPORT

1. Consolidation des données pour l'analyse et la comparaison entre les événements et salles de spectacle étudiés
2. Synthèse des éléments et réalisation du rapport

#### Limites

Les différents types de données récoltées par le mandataire mettent en relief trois principales limites à cette étude :

##### 1. ÉTUDE POST-ÉVÉNEMENT

- La conséquence d'une analyse post-événement est la contrainte de se baser, du moins partiellement, sur des **estimations** afin d'obtenir toutes les informations nécessaires au calcul de l'impact économique et médiatique.
- De plus, depuis la manifestation il s'est écoulé plusieurs mois/années. Ainsi, la précision de certaines informations s'est vue altérée du fait que la personne de contact peine à distinguer les informations entre les différentes éditions de la manifestation.

##### 2. OBJECTIVITÉ DES INFORMATIONS DONNÉES PAR LES COMITÉS D'ORGANISATION

- Il est possible que les comités d'organisation cherchent à « surévaluer » les chiffres qu'ils transmettent. Néanmoins, si la **légère exagération** vaut pour chacune des manifestations, l'écart entre elles ne devrait donc pas se ressentir.
- De plus, la plupart des chiffres utilisés sont issus des bilans révisés par une fiduciaire ce qui garantit le sérieux des données récoltées.

##### 3. LES SYSTÈMES DE COMPTABILITÉ

- Les systèmes de comptabilité sont différents d'une organisation à une autre. Certaines comptabilités sont très détaillées, mais d'autres sont précaires. Elles utilisent des postes généraux où il devient difficile de savoir exactement ce

qui les composent. Dans ces cas, les comités d'organisation ont parfois du avoir recours à des **estimations pour déterminer la part des composants** de certains postes.

#### CONCLUSION GÉNÉRALE

Il est important de rappeler que les données chiffrées servent d'outil d'analyse pour distinguer les différents types de manifestations et qu'elles n'ont **pas la prétention de représenter un rapport robuste au sens statistique du terme.**

Pour rendre un rapport d'une précision maximale, il conviendrait de mettre en place des outils de reporting et de communiquer aux comités d'organisation, en amont de la manifestation, les données qu'ils doivent mesurer durant la manifestation.

## BILAN GLOBAL

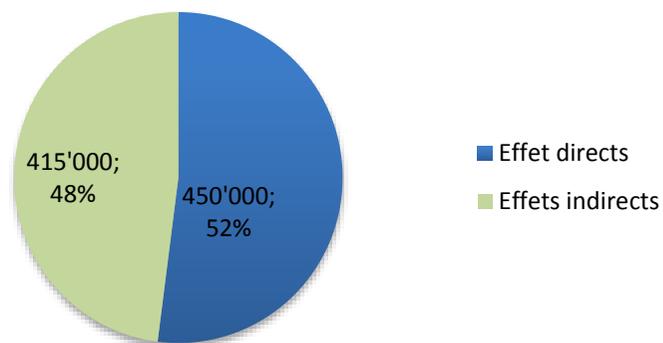
### Introduction

En préambule, il est important de mentionner que l'ensemble des institutions analysées ont un impact non négligeable sur la région. À leur niveau respectif, ils jouent un rôle économique, médiatique, social, environnemental, de soutien à l'innovation, à l'attractivité de la région ou à l'intégration de la population. Elles ont donc chacune une légitimité d'exister et de poursuivre leur activité et leur développement dans les années à venir.

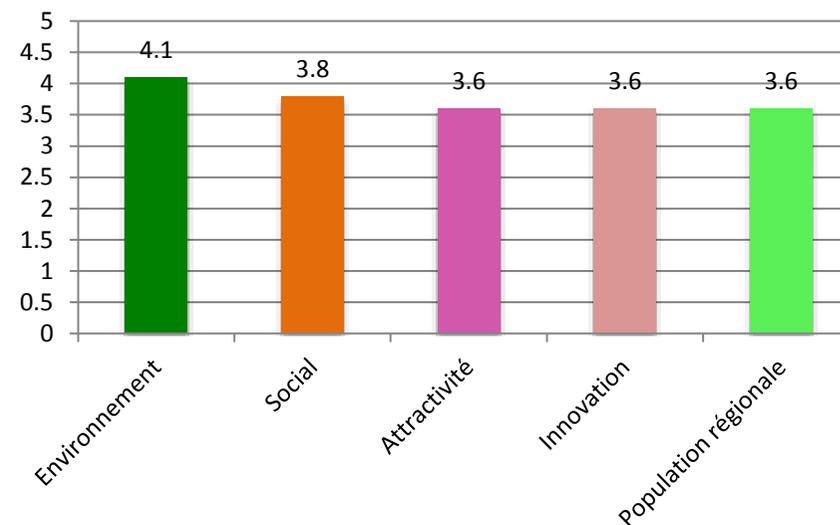
Hors Paléo (statistiquement hors normes), l'ensemble des institutions génère pour la région près de **CHF 14 millions d'impact économique** et **CHF 53 millions d'impact médiatique**. Cela démontre le rôle important qu'elles ont dans le paysage économico-médiatique de la région.

Au niveau économique, la moyenne de l'impact par institution est de CHF 1.3 millions, et CHF 4.8 millions au niveau médiatique, avec une répartition moyenne, relativement égalitaire entre les effets directs et indirects :

Effets directs VS Effets indirects



Au niveau qualitatif, les moyennes sont les suivantes :



### Salles de spectacles VS Festivals

La première catégorisation « instinctive » est d'analyser d'une part les salles de spectacles, et d'autre part les festivals.

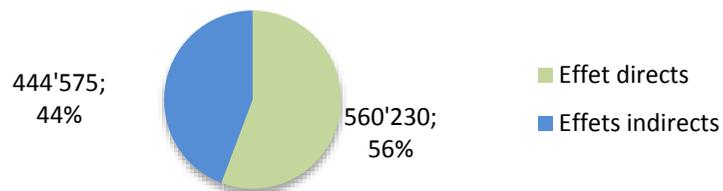
Au niveau de l'impact économique les retombées moyennes sont quasiment similaires, à savoir CHF 1.46 millions par salle de spectacle et CHF 1.1 millions par festival (moyenne hors Paléo).

De même au niveau médiatique, les retombées moyennes sont comparables, avec CHF 5.1 millions pour les salles de spectacles et CHF 4.6 millions pour les festivals.

À noter que les chiffres des salles de spectacles se concentrent sur une saison, alors que les festivals ont une durée limitée à quelques jours.

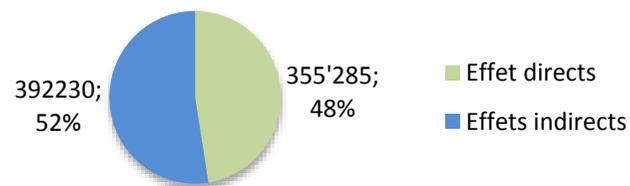
En comparant les répartitions entre effets directs et indirects, il ressort logiquement que la proportion des effets directs est plus importante pour les salles de spectacle (56%) qui ont en règle générale un staff professionnel et donc ce des salaires et charges sociales à payer.

**Moyenne des effets directs VS indirects des salles de spectacles**



De même pour les festivals, la proportion est logique avec une part sensiblement supérieure des effets indirects (52%) qui sont généralement plus élevés pour ce type de manifestation.

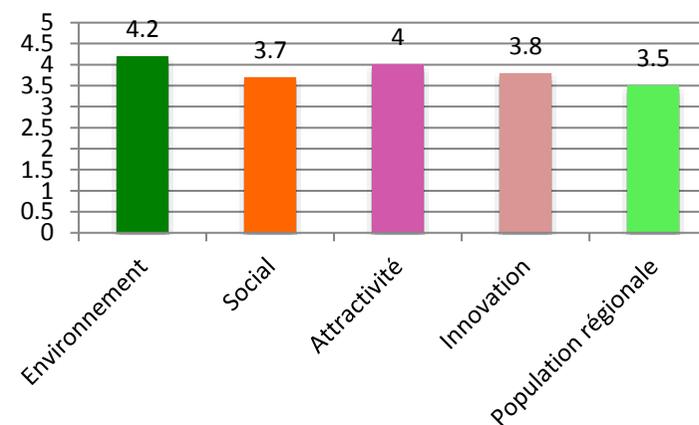
**Moyenne des effets directs VS indirects des festivals (hors Paléo)**



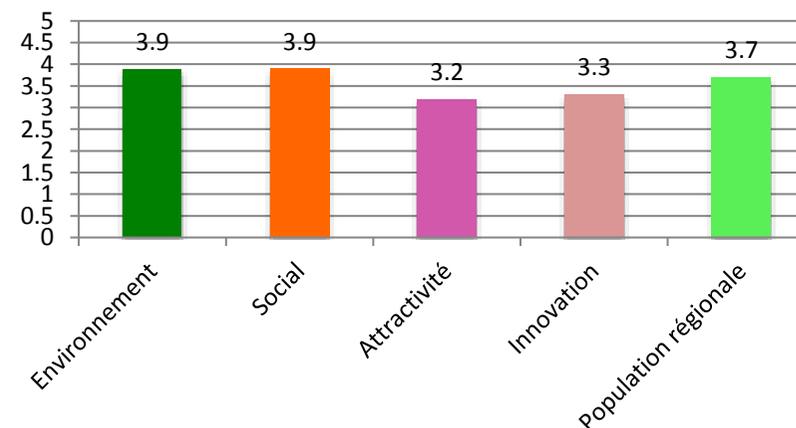
Au niveau de l'impact qualitatif, il ressort que les deux types d'institutions sont qualitativement très développés. La principale différence se situe au

niveau des critères d'attractivité et d'innovation, qui sont plus développés pour les festivals que pour les salles de spectacle.

**Résumé des notes de critères qualitatifs concernant les festivals**



**Résumé des notes de critères qualitatifs concernant les salles de spectacles**



## Cartographique

Pour passer outre la segmentation classique (salles de spectacles VS Festivals) et après avoir analysé en détails chaque institution, trois catégories principales des institutions ont émergé, à savoir :

- Les « Historiques établis »
- Les « Newcomer ambitieux »
- Les « Acteurs régionaux »

Ces catégories n'ont pas pour objectif de polariser certaines institutions, mais elles ont pour vocation de donner le contexte global de l'environnement culturel des districts concernés.

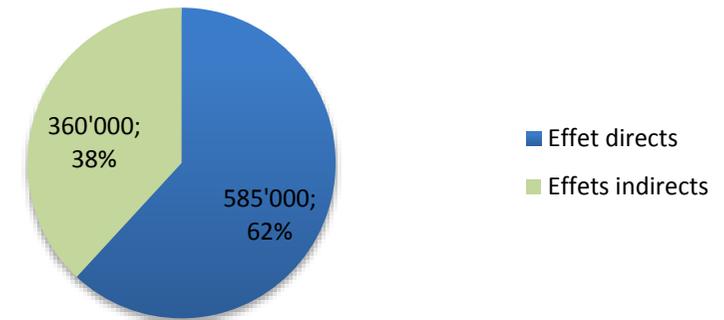
### Les « Historiques établis »

La région de Nyon est l'un des berceaux des festivals en Suisse et l'importance de la culture sur son territoire n'est plus à démontrer. Les nombreux festivals et salles de la région sont là pour l'attester. Dans cette constellation, quatre entités du panel ressortent, Le *Paléo Festival* crée en 1976, *Visions du Réel* (1969), le FAR° (1984) et l'Usine à Gaz (1995). Au sein du patrimoine de la région, ces quatre institutions font partie de l'ADN des Nyonnais de 7 à 77ans.

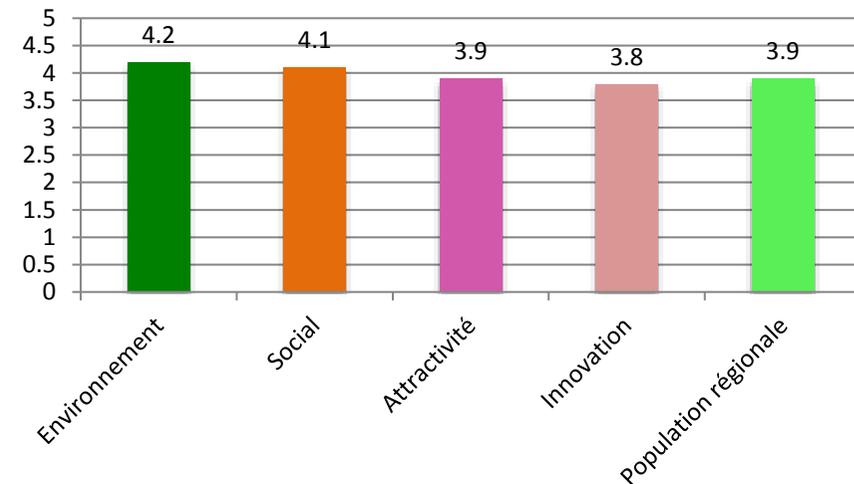
Chacune a été le ou l'un des pionniers de son domaine, que ce soit en musique, cinéma, art du vivant ou salle de spectacle.

Au fil des années, les structures respectives ont pu se professionnaliser et développer des compétences dans l'ensemble des aspects clés d'un événement. Les **impacts économiques (CHF 1.8 millions)** et **médiatiques (CHF 7.6 millions)** moyens en sont les témoins (à noter que ces moyennes quantitatives ne prennent pas en compte les chiffres Paléo). Du fait de la professionnalisation de ces institutions, les effets directs sont plus importants que les effets indirects.

Effets directs VS Effets indirects



Au niveau qualitatif, ce n'est donc pas une surprise, si la moyenne (pour cet aspect, Paléo est pris en compte) de ces institutions est supérieure à la moyenne générale :



Il faut donc souligner pour cette catégorie l'importance de la courbe d'expérience et du professionnalisme de la structure, qui permettent une approche quantitative et qualitative majeure.

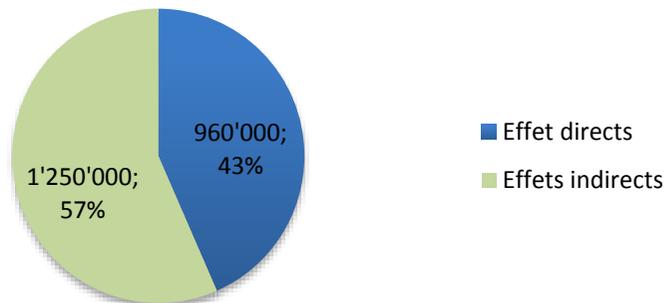
### Les « Newcomer ambitieux »

Malgré les « mastodontes » présentés ci-dessus, la région a encore de la place pour de nouvelles institutions ambitieuses. *Livre sur les quais* et le *Théâtre de Beausobre* en sont les exemples.

Créé pour l'une et redynamisée pour l'autre en 2010, les deux institutions, dans leur domaine respectif, ont su rapidement se professionnaliser afin de proposer une offre « événementiel » au-dessus de la moyenne des institutions analysées pour la région.

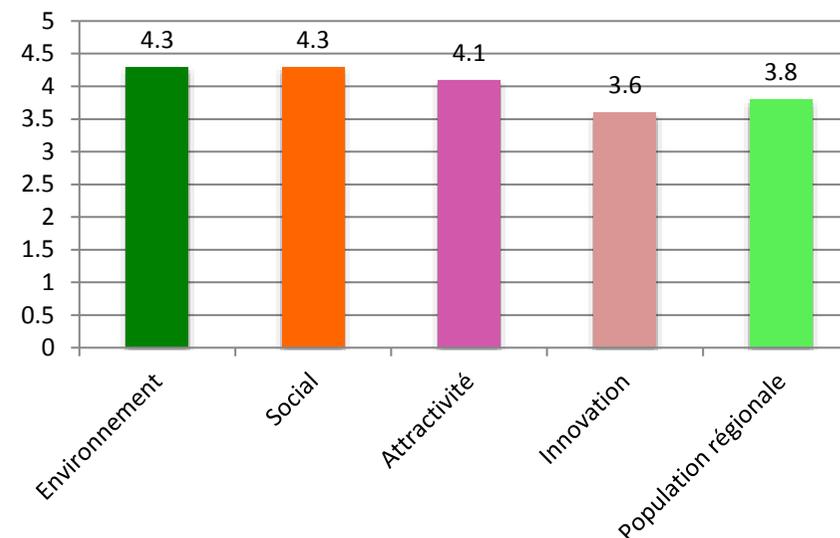
Ainsi, leurs **impacts économiques (CHF 3.3 millions)** et **médiatiques (CHF 8.8 millions)** moyens démontrent leur ascension rapide, eux qui ont désormais des effets quantitatifs supérieurs aux « historiques ». Les effets directs sont ici encore légèrement inférieurs aux effets indirects, du fait d'un nombre important de spectateurs hors district.

Effets directs VS Effets indirects



Au niveau « qualitatif », les chiffres sont légèrement inférieurs, mais avec les années, nul doute que le développement déjà opéré au niveau « quantitatif » se fera sentir prochainement sur ces aspects :

Pour cette catégorie, le point clé est une professionnalisation rapide de la structure qui a permis de s'installer rapidement dans les acteurs majeurs de la région.

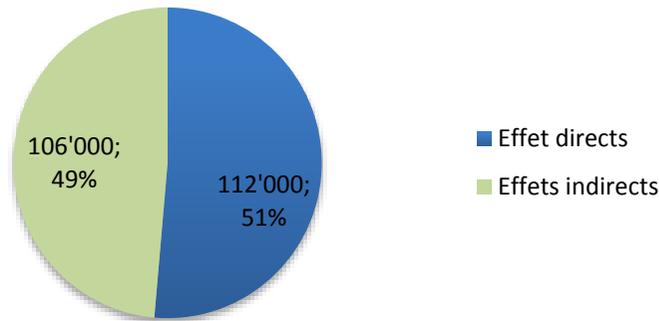


### Les « Acteurs régionaux »

Pour terminer, une catégorie importante qui rassemble les événements et salles de spectacle avec une approche plus locale, à savoir *La Côte Flûte Festival (2014)*, *Variations Musicales (2008)*, *JVAL Festival (2005)*, *Casino Théâtre de Rolle (2000)*, *La Parenthèse (2008)* et *Le Théâtre de Grand-Champ (1986)*. Ces institutions reposent généralement sur des structures bénévoles avec une minorité de personnes qui peuvent en vivre directement. Cela correspond parfaitement à la tendance actuelle de développement des festivals et salles de spectacle en Suisse.

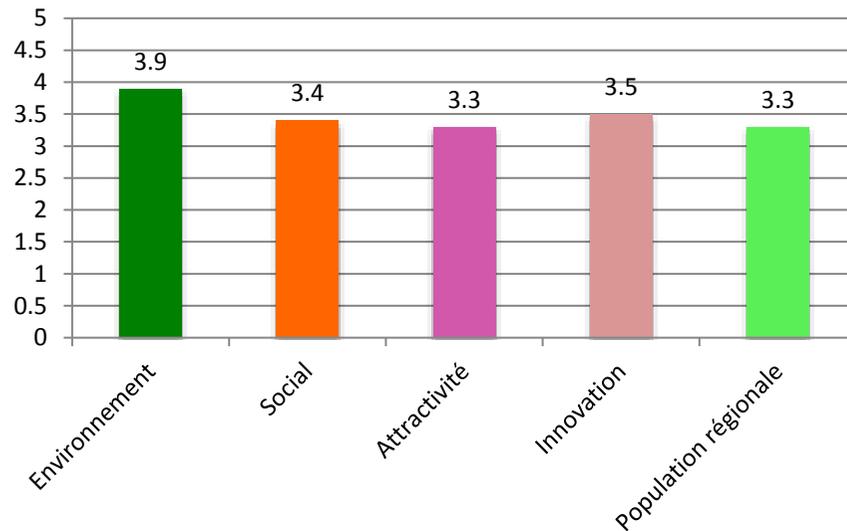
Ainsi, leurs **impacts économiques (CHF 280'000)** sont minimes, au contraire des **effets médiatiques (CHF 1.9 millions)** qui sont bons relativement aux structures en place. Les moyennes des deux effets sont ici relativement faibles et sont partagées entre les effets directs et indirects.

Effets directs VS Effets indirects



Au niveau « qualitatif », les chiffres sont inférieurs à la moyenne. En effet pour développer tous les aspects d’une manifestation, il est nécessaire de pouvoir compter sur une structure professionnelle. Mais comme pour les « newcomer ambitieux », il semble évident que leur développement pourra se poursuivre dans les années à venir avec la courbe d’expérience.

Voici le récapitulatif des notes qualitatives :



Pour cette catégorie, le point clé est le « quasi-bénévolat » qui permet tout de même d’obtenir déjà des résultats non négligeables. Par ailleurs, il n’est pas impossible que des événements puissent se développer de manière encore plus importante grâce à la professionnalisation de leur structure. Ceci pourrait être notamment le cas de *La Côte Flûte Festival* qui pourrait se développer dans ce sens.

## ANALYSE DÉTAILLÉE DES INSTITUTIONS

Pour comprendre au mieux cette approche résumée, voici l'analyse détaillée de chaque événement, selon les catégories pré-décrites ci-dessus :

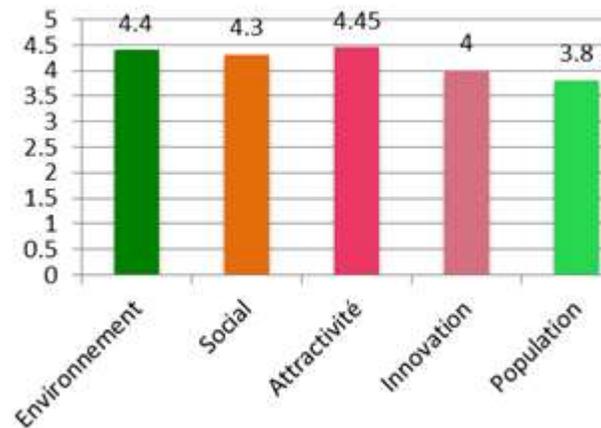
- Les « Historiques établis »
  - o Visions du Réel – Nyon
  - o FAR° – Nyon
  - o Paléo Festival – Nyon
  - o Usine à Gaz – Nyon
  
- Les « Newcomer ambitieux »
  - o Livre sur les Quais – Morges
  - o Théâtre de Beausobre – Morges
  
- Les « Acteurs régionaux »
  - o La Côte Flûte traversière – Gland
  - o JVAL Festival – Begnins
  - o Variations musicales – Tannay
  - o Salle La Parenthèse – Nyon
  - o Casino Théâtre de Rolle
  - o Théâtre de Grand-Champ – Gland

## VISIONS DU REEL

### Un événement attractif régional qui ne cesse de grandir !

- Un impact économique important pour la région avec un nombre d'employés importants entre mars et avril: Visions du Réel offre plus de 50 EPT de mars à avril et 5.5 EPT à l'année.
  - Un réel rayonnement médiatique extérieur : la manifestation touche l'intérêt des journalistes avec un impact médiatique de plus de 12 millions.
  - Très forte politique sociale au sein de l'événement. Visions du Réel innove, attire et surtout crée un lien social
- Impact économique : CHF 3.5 millions
- Impact médiatique : CHF 12 millions

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 1969
- Lieu : Nyon
- Type d'organisation : Fondation
- Edition analysée : 17-25 avril 2015
- Nombre de jours : 10
- Nombre de spectateurs : 35'000
- Taux d'occupation : 50-60% (1'800 sièges par événement entre 4 et 5 fois par jour et sur 10 jours)
- Nombre de staff : 5.5 EPT sur l'année & mars-avril le nombre évolue autour de 45-50 EPT
- Nombre de bénévoles : 180
- 90 médias couvrent le festival, dont 97% hors district
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Philippe Clivaz - Secrétaire Général
  - Tatiana Oberson - Directrice communication et partenariats
  - Vanessa Tribet - Adjointe au Secrétaire Général

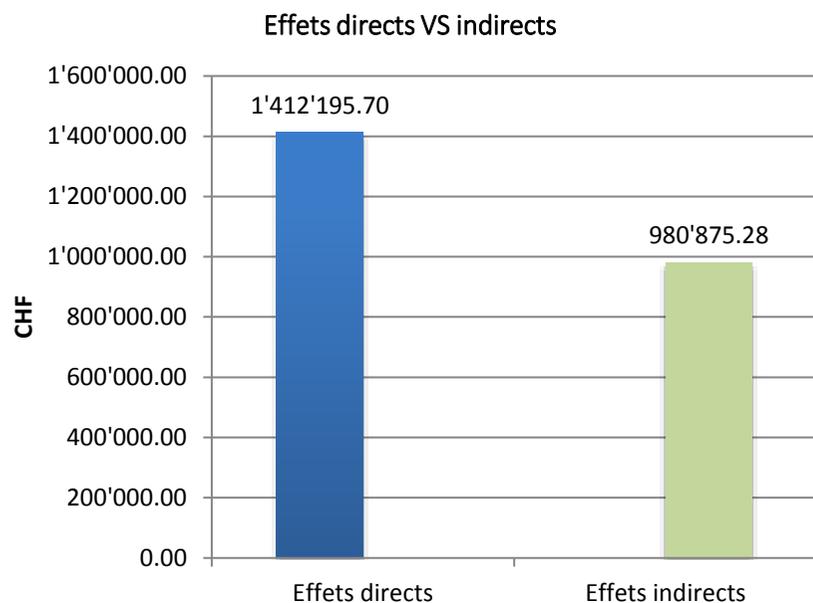


## VISIONS DU REEL : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs sont plus importants que les effets indirects. *Visions du Réel* est une manifestation à la renommée internationale. Toutefois, les retombées économiques démontrent que la majorité des spectateurs proviennent de la région.

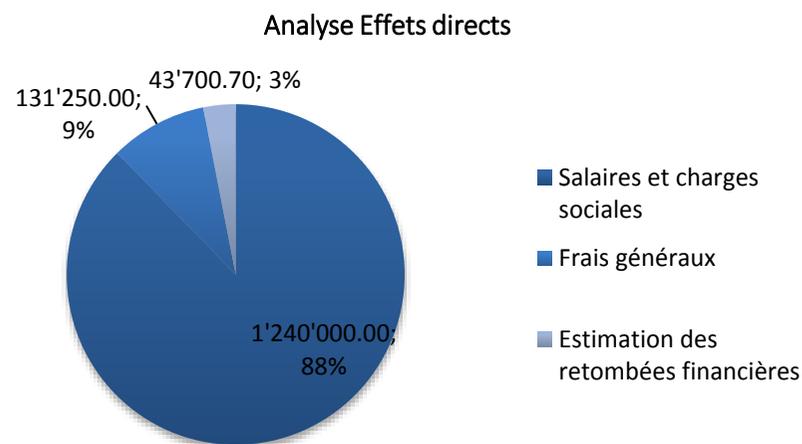
La somme des effets directs et indirects affiche plus de 2.4 millions de francs; cette somme représente le revenu primaire.



### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (88%), soit plus de 50 EPT de mars à avril et 5.5 EPT à l'année.

De plus, 75% des employés résident dans le district considéré. Ce revenu primaire est donc à son tour dépensé par les ménages du district et les entreprises régionales ce qui aboutit à une augmentation des dépenses dans la région concernée.

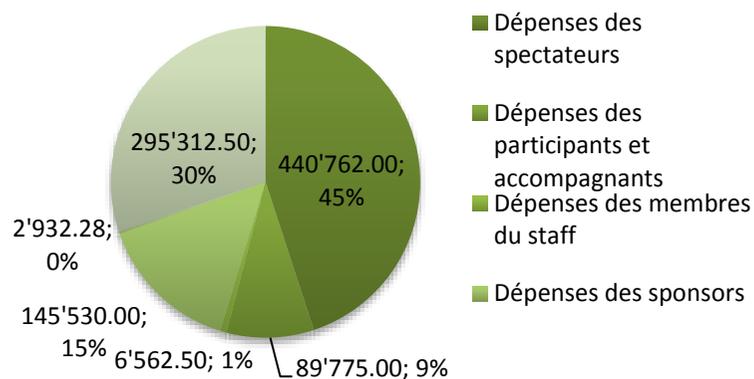


### Analyse des effets indirects

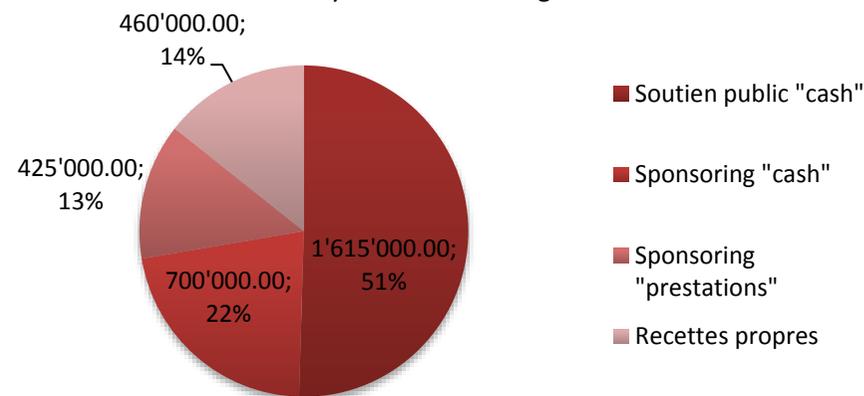
Environ la moitié (45%) des dépenses effectuées auprès des sociétés locales sont essentiellement composées des dépenses des spectateurs. En 2015, l'événement accueillait, 56% des spectateurs en provenance hors-district.

Les dépenses d'organisation représentent 30% des effets indirects; dont la moitié des fournisseurs provient du district.

### Analyse des effets indirects



### Analyse structure budgétaire



### Analyse de la structure budgétaire

Cette structure budgétaire indique un intérêt important de la part de la région, du canton et de la confédération. Plus de la moitié de la structure budgétaire est composée de soutiens financiers publics. L'apport en cash des sponsors représente 22% de la structure budgétaire et les prestations en nature des sponsors se montent à 13%. Les recettes propres réalisées par le festival s'élèvent à 14% du budget.

### Conclusion

- Visions du Réel dégage un revenu primaire de 2.4 millions.
- La manifestation crée un nombre important d'emploi.
- *Visions du Réel* est un événement dépendant du soutien public.

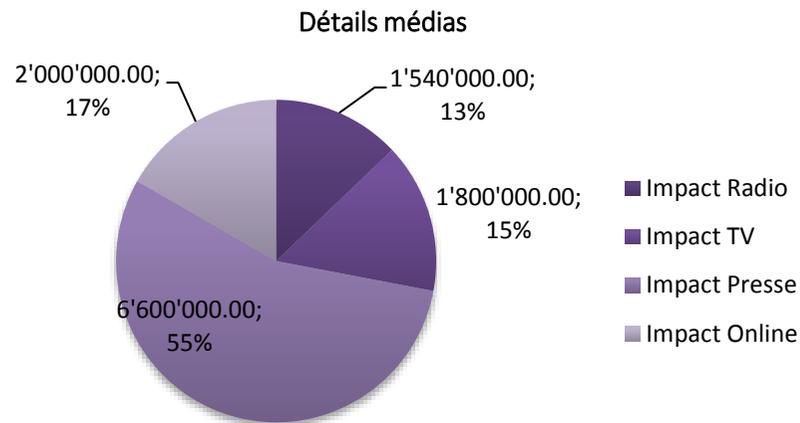
### VISIONS DU REEL : IMPACT MÉDIATIQUE

Les retombées médiatiques, environ 12 millions de francs, sont constituées majoritairement d'articles de presse (55%).

D'autres types de médias relatent également l'événement:

- Radios : 15%
- TV : 13%
- Online : 17%

Ce chiffre représente un important rayonnement pour la région dans laquelle est organisé l'événement.



### Conclusion

- *Visions du Réel* bénéficie d'un rayonnement extérieur important avec des retombées intéressantes aux niveaux médiatique et touristique pour la région.
- 90 médias couvrent le festival, dont 97% de médias en provenance de l'extérieur du district
- Plus de 600 articles sont parus dans la presse écrite quotidienne et spécialisée.
- L'ensemble des moyens de communication sont utilisés.
- *Visions du Réel* intéresse les journalistes nationaux et internationaux. Ce qui marque une réelle affinité par rapport à la programmation du festival.

## VISIONS DU REEL : PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.4

La qualité des transports publics en place desservant le festival est très satisfaisante et la large majorité des spectateurs utilise les transports publics ou se déplace à pied (44% des spectateurs habitent le district).

Les atteintes à l'environnement, à la dégradation au paysage ou à la destruction de l'écosystème sont inexistantes. En effet, les projections sont organisées dans des salles déjà existantes et la place du Réel est située au centre-ville de Nyon.

La préoccupation du tri des déchets est un aspect important, mais pour l'heure le résultat souhaité n'est pas encore atteint. De même, le degré d'aménagements pour la sensibilisation au développement durable pourrait encore être complété par certaines actions.

### Critère social : 4.3

Les retombées sociales sont positives. Très actif dans la médiation culturelle, le festival consacre également d'importants moyens pour les talents encore méconnus. C'est l'un des objectifs principaux du festival, tout comme la mise en place d'une large programmation permettant de toucher un public mixte.

Avec la moitié des spectateurs vivant dans le district, l'événement touche avant tout l'intérêt des locaux.

Cet événement favorise la politique d'intégration au territoire à travers le bénévolat, la participation de différents profils sociaux et culturels, la collaboration avec des organismes pour personnes âgées et la mise en place de concours pour les jeunes créateurs.

### Degré d'attractivité : 4.45

La programmation est appréciée par les 35'000 spectateurs (2015). Les spectateurs apprécient l'accueil et l'atmosphère de l'événement, ceci notamment grâce à une gestion professionnelle de l'encadrement. En effet, Visions du Réel forme ses bénévoles et rémunère ses chefs de secteurs. Cela permet un véritable « plus » pour garantir un accueil de qualité.

Bien que la grande partie des spectateurs viennent de l'arc lémanique, dont 44% du district de Nyon, l'événement est connu internationalement, à la fois grâce à son directeur artistique reconnu dans le milieu et très souvent appelé par les festivals internationaux, et également grâce aux synergies entre différents événements d'ici et d'ailleurs.

### Degré d'innovation : 4.0

Le festival offre une programmation unique dans la région considérée qui permet au public d'accéder à une offre de films très diverse réservée d'ordinaire à seulement quelques festivals de films. Il permet ainsi de contribuer au maintien de la circulation des œuvres cinématographiques nationales et internationales.

*Visions du Réel* est un lieu de découvertes. Le festival a en effet pour objectif de rapprocher les créateurs de leur public, mais également les professionnels entre eux via l'organisation d'un réel marché du film.

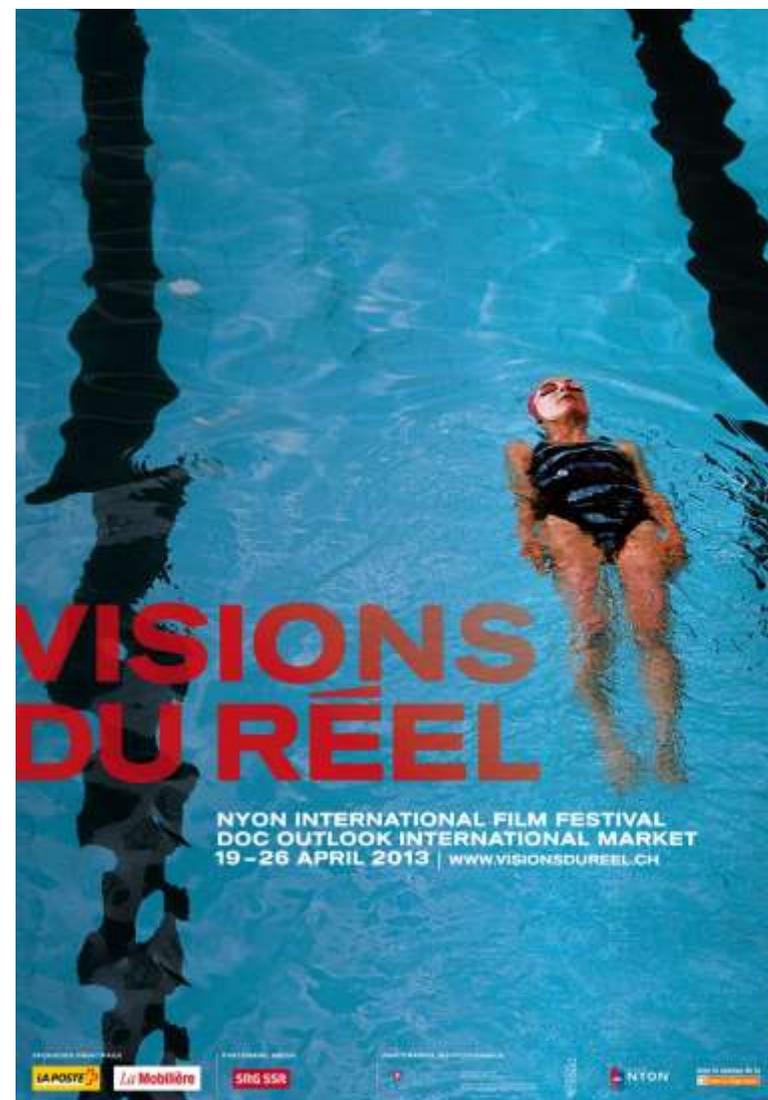
Au niveau des infrastructures, un gros travail a été réalisé. A présent, la manifestation recherche encore à développer son accueil par l'acquisition de matériel ou de nouvelles salles.

### Population régionale : 3.8

Le festival met en valeur la région en collaborant avec les partenaires locaux, les vigneron et l'office du tourisme.

De même, la manifestation organise des projections scolaires spécialement dédiées, mais également des ateliers de réalisations destinés aux écoles primaires et aux gymnasiens en option arts visuels de Nyon.

De même, le degré d'implication de la population est relativement développé lors du festival, avec notamment l'organisation d'un concours de décoration des vitrines des commerçants de Nyon et Gland, et la collaboration avec diverses associations régionales.



## FAR° FESTIVAL DES ARTS VIVANTS

### Un événement nyonnais dynamique destiné aux arts vivants porté sur la création et l'innovation.

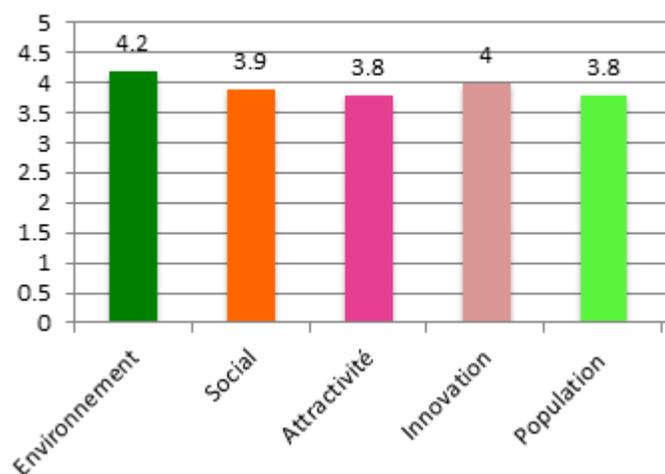
- Un impact économique intéressant pour la région: 65% des fournisseurs viennent de la région et 65% des spectateurs vivent hors du district de Nyon.
- Des retombées intéressantes aux niveaux médiatique et touristique pour la région. Far° Festival intéresse les journalistes nationaux et régionaux.
- Très forte politique sociale au sein de l'événement. FAR° Festival innove, attire et surtout crée un lien social

- Impact économique : CHF 925'000
- Impact médiatique : CHF 3.3 millions

### Informations clés :

- Date de création : 1984
- Lieu : Nyon
- Type d'organisation : Fondation
- Edition analysée : 12-22 août 2015
- Nombre de jours : 11
- Nombre de spectateurs : 3'000
- Taux d'occupation : 92%
- Nombre de staff : 3.4 EPT
- Nombre de bénévoles : 30
- 54 médias couvrent le festival, dont 87% hors district
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Véronique Ferrero Delacoste, Directrice
  - Michaël Scheuplein, Administrateur

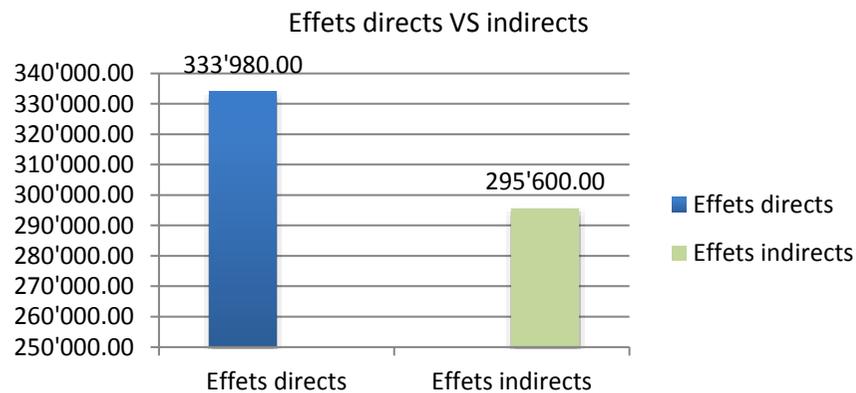
### Résumé des notes de critères qualitatifs



## FAR° : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

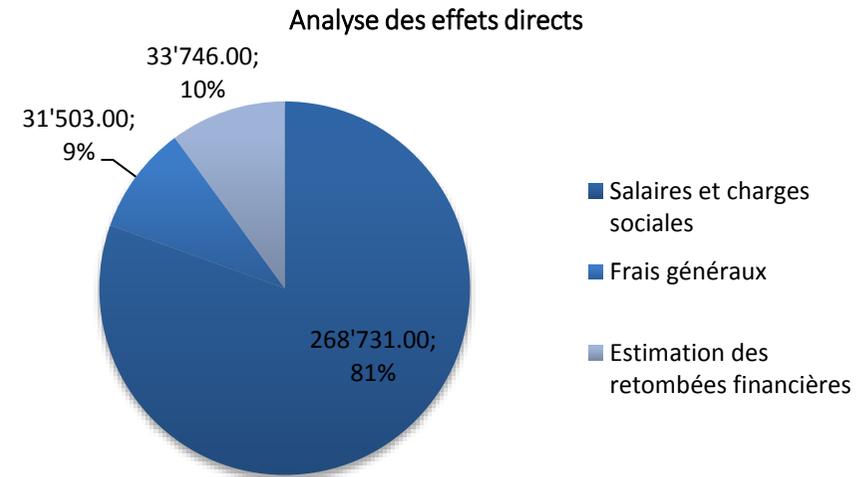
La somme des effets directs est quasi égale à celle des effets indirects, pour un total de plus de 630'000 francs; cette somme représente le revenu primaire.



### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (81%), soit l'équivalent de 3.4 EPT à l'année.

L'estimation des retombées financières et des frais généraux se montent quant à eux, environ, à 10%.

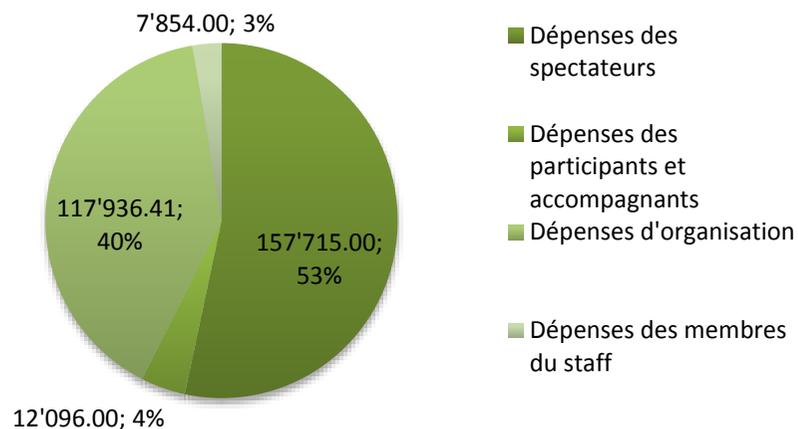


### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est essentiellement composé des dépenses des spectateurs (53%). L'événement accueillait, en 2015, 67% de spectateurs en provenance de l'extérieur du district.

Les dépenses d'organisation représentent 40% des effets indirects avec 65% de fournisseurs provenant du district.

Analyse des effets indirects



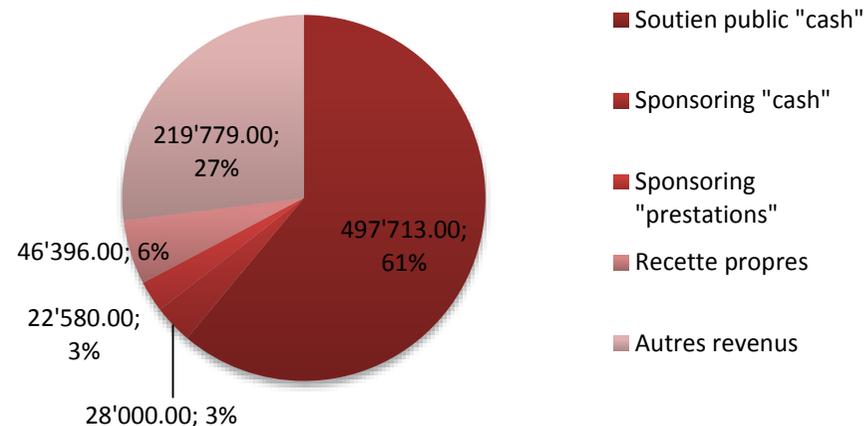
### Analyse de la structure budgétaire

Cette structure budgétaire indique un intérêt important de la part de la région et du canton. 61% de la structure budgétaire est composée de soutiens financiers publics.

Les autres revenus, constitués de dons, de fondations et de coproductions, représentent une part importante du budget, à savoir 27%.

Les recettes propres réalisées par le festival s'élèvent à 7% du budget.

Analyse de la structure budgétaire



### Conclusion

- *FAR° Festival* a un revenu primaire de CHF 630'000.-.
- La manifestation crée des emplois; soit 3.4 EPT à l'année.
- *FAR° Festival* est un événement dépendant du soutien public.

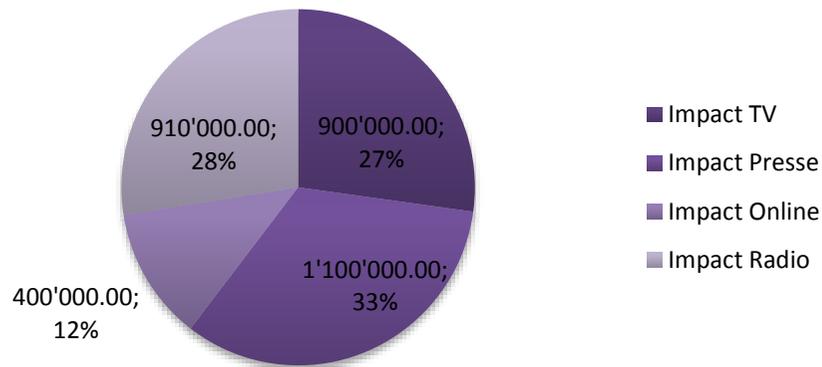
### *FAR°* : IMPACT MÉDIATIQUE

Les différents médias sont proportionnellement bien utilisés. Les retombées médiatiques se montent à environ 3.3 millions de francs.

*FAR° Festival* a une portée internationale grâce à sa collaboration avec TV5 Monde. Mais le festival attire principalement l'intérêt des médias nationaux et régionaux.

Ces chiffres représentent un rayonnement intéressant de l'événement et, ainsi, de la région dans laquelle est organisé l'événement.

### Détails médias



### Conclusion

- Des retombées intéressantes au niveau médiatique et touristique pour la région.
- 54 médias différents couvrent le festival, dont 87% hors-district.
- Plus de 100 articles parus dans la presse écrite quotidienne et spécialisée.
- Tous les différents moyens de communication sont bien utilisés.
- *FAR° Festival* intéresse les journalistes nationaux et régionaux principalement. Ce qui démontre une réelle affinité par rapport à la programmation du festival.

## *FAR° : PERCEPTION QUALITATIVE*

### Action sur l'environnement : 4.2

Le festival profite des transports déjà existants. La qualité des transports publics desservant le festival est donc très satisfaisante et la majorité des spectateurs utilise les transports publics ou se déplace à pied. *FAR° Festival* met en place des transports spéciaux (navettes) lors d'événements en dehors de Nyon.

Le degré d'aménagement consenti pour lutter contre les nuisances sonores est assez développé. Les décibels sont respectés, un tout-ménage au voisinage est envoyé et les horaires sont respectés.

L'intérêt à la gestion du tri des déchets est fondamental. Tout est recyclé, le festival organise un service à table et la vaisselle est réutilisable. L'objectif est d'avoir un minimum de déchets. Durant l'année, le festival trie aussi ses déchets. Par contre, le degré d'aménagement pour sensibiliser le public n'est pas complètement développé.

### Critère social : 3.9

Proportionnellement à son équipe, *FAR° Festival* consacre une part importante à la formation culturelle en accueillant des stagiaires et en proposant une résidence pour jeunes artistes qui accompagne les artistes dans leurs premières pièces de théâtre, mais aussi en mettant sur pied des ateliers de rencontres professionnelles et en collaborant avec les étudiants pour la réalisation de leurs travaux de fin d'étude.

L'attention portée aux jeunes artistes est donc très forte en les programmant et également en organisant des projets pour les accompagner dans leur formation.

Le degré d'activité de médiation culturelle est élevé. Des programmes de médiation culturelle sont proposés durant l'année selon le niveau de formation (collège, gymnase et pour les plus jeunes). Le programme de médiation culturelle cible également les gens des quartiers, les personnes

âgées et les requérants. Durant le festival, des ateliers d'écriture et des rencontres sont également proposées.

*FAR° festival* s'efforce d'avoir une offre qui s'adresse à tout le monde, d'où la raison d'un accent tout particulier mis sur les différentes formes de médiation. Le public-cible est donc relativement équilibré.

Contraint par les lieux dans lesquels est organisé le festival, *FAR° Festival* n'est pas adapté au mieux pour accueillir les personnes handicapées.

### Degré d'attractivité : 3.8

Le taux d'occupation atteint les 92%, avec une évolution stable du nombre de spectateurs. Il est nécessaire de trouver des solutions pour augmenter la capacité d'accueil. La programmation proposée est haute dans un domaine de pointe. 10 articles par jour (pendant 10 jours) démontrent bien l'intérêt et l'appréciation de ce festival auprès des spectateurs et des médias.

Les retours sur l'accueil sont excellents. L'accent est tout particulièrement mis sur l'accueil et sur la convivialité des lieux. L'objectif est également d'avoir une cohérence entre la programmation et le lieu où se déroule la manifestation, avec parfois des lieux hors du commun.

L'événement attire principalement des gens de la région (67% hors district). Les artistes quant à eux viennent autant de la Suisse que de l'étranger.

Le taux d'occupation atteint les 92% et la totalité des spectateurs sur 10 jours se monte à 3'000 personnes au total.

### Degré d'innovation : 4.0

Le festival offre une programmation unique dans la région considérée. Le degré d'innovation est élevé car le *FAR° Festival* recherche essentiellement des gens innovants et intéressés par les différentes formes d'expression des arts de la scène. De même, le but est de mettre en avant les espaces territoriaux pour favoriser de nouvelles mises en valeur. Ce festival permet ainsi de contribuer au maintien et à la promotion des arts vivants.

70% des pièces sont jouées pour la première fois au *FAR° Festival*. Le festival met ainsi en avant les rencontres uniques avec un vrai lieu de découvertes.

Le festival souhaite améliorer les rencontres professionnelles. Des programmeurs sont présents durant le festival. *FAR° Festival* organise de manière informelle des rencontres avec les professionnels.

Le *FAR° festival* est devenu une fondation et l'équipe s'est consolidée afin de renforcer la création d'oeuvres, l'accompagnement de jeunes artistes, la médiation culturelle et les partenariats avec les Hautes Ecoles. . Le festival existe depuis 32 ans et durant ces 5 dernières années, il s'est fortement développé en termes de partenariats et de professionnalisation.

### Population régionale : 3.8

Le festival pense à des projets de développement sur le district et non seulement sur la commune de Nyon. L'objectif est de profiter de la spécificité du lieu (sa localisation, son milieu social ou économique) pour l'introduire au programme et ainsi faire découvrir de nouvelles régions aux spectateurs.

Le degré d'implication de la population est relativement développé, c'est pourquoi *FAR° Festival* mise sur l'originalité pour développer ses projets de rapprochement avec la population. Un exemple : le festival a inclus la population régionale à son programme en proposant un projet qui se déroule en appartements et qui a été accueilli par 15 ménages du district.

La manifestation organise des projections scolaires qui leur sont spécialement dédiées et collabore beaucoup avec les associations culturelles de la région. Cependant, la collaboration avec les associations de prévention est faible ; l'implication du festival serait différente si cela impactait son public de manière plus importante.

## PALÉO FESTIVAL

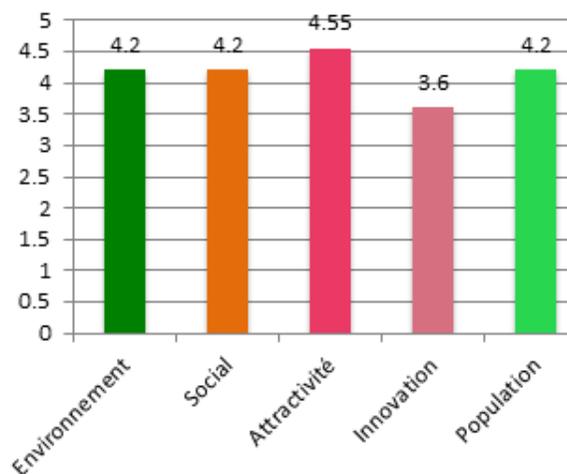
### La référence des festivals de musique en Suisse !

- Une scène internationale à Nyon qui attire plus de 230'000 spectateurs et des artistes et médias du monde entier.
- Le Paléo Festival s'autofinance grâce à ses recettes propres qui représentent plus de 81% de la structure budgétaire.
- Le Paléo Festival offre un rayonnement extérieur médiatique important pour son événement et pour la région de Nyon : un impact presse écrite de plus de 11 millions !
- Le Paléo Festival est très actif à tous niveaux, soit sur l'environnement, la société, l'attractivité, l'innovation et la population régionale.

➤ **Impact économique : CHF 41 millions**

➤ **Impact médiatique (uniquement presse) : CHF 11 millions**

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 1976
- Lieu : Nyon
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée : 20 au 26 juillet 2015
- Nombre de jours : 6 + 1
- Nombre de spectateurs : 230'000 (moyenne sur 6 jours)
- Taux d'occupation : 100%
- Nombre de staff : 45 EPT
- Nombre de bénévoles : 4'700
- Provenance médias : pas valorisé
- Personnes interviewées :
  - Philippe Vallat, Secrétaire Général

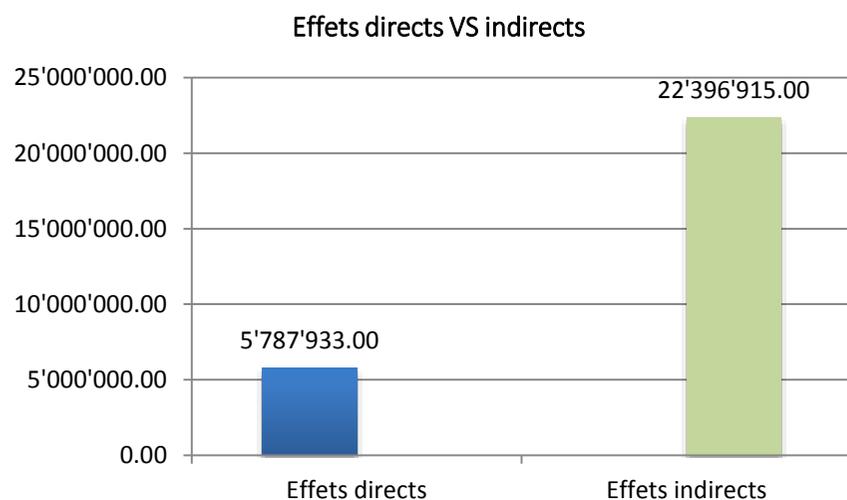


## PALÉO FESTIVAL : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets indirects sont supérieurs aux effets directs. Les effets directs se montent à CHF 5.7 millions et les effets indirects à CHF 22.4 millions. 23% des spectateurs viennent du district.

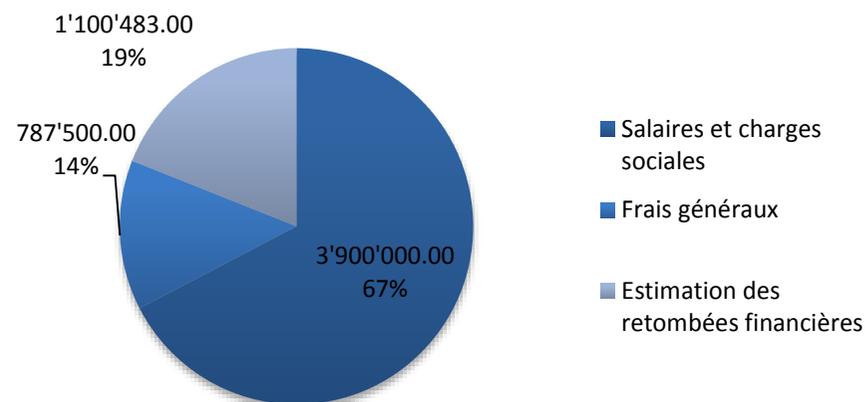
La somme des effets directs et indirects affiche plus de CHF 28.1 millions de francs; cette somme importante représente le revenu primaire.



### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (67%). 23% des employés vivent dans le district de Nyon, donc une partie du revenu primaire est à son tour dépensé par les ménages du district et les entreprises régionales ce qui aboutit à une vague de dépenses dans la région concernée.

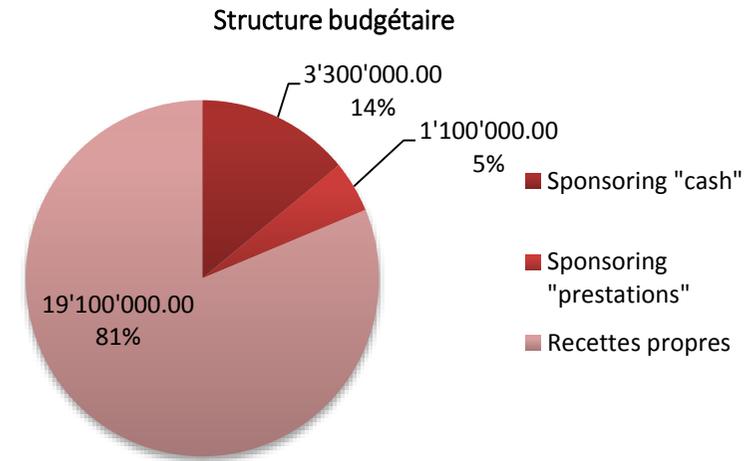
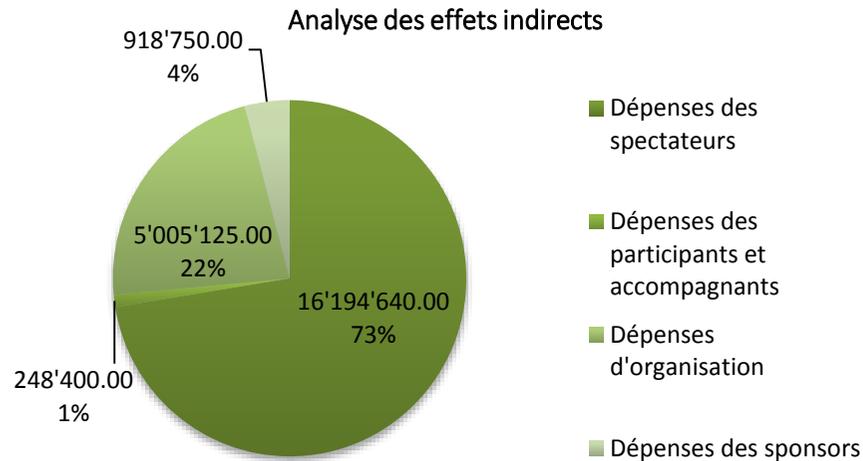
### Analyse des effets directs



### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est essentiellement composé des dépenses des spectateurs (73%). 77% des spectateurs viennent de l'extérieur du district de Nyon. Les dépenses de participants et accompagnants (artistes) représentent 1%, environ CHF 248'000.-. La grande partie des artistes sont internationaux. Les dépenses d'organisation se montent à 22% et celles des sponsors à 4%.

Dans cette étude, les dépenses des médias ne sont pas prises en compte lors du calcul des effets indirects. Il est difficilement estimable pour le Paléo Festival de donner un chiffre. Ceci concerne également les dépenses « staff », car Paléo Festival propose un camping aux bénévoles.



## Analyse de la structure budgétaire

Le Paléo Festival ne reçoit pas de soutien public.

Les recettes propres (CA billetterie, merchandising et nourriture & boissons) se montent à environ 19 millions, soit 81% de la structure budgétaire.

Les sponsors en cash et en prestations s'élèvent à 4.4 millions et donc 19% du budget.

## Conclusion

- Les effets indirects sont plus conséquents que les effets directs, 77% viennent hors du district.
- Le Paléo Festival s'autofinance grâce à ses recettes propres qui représentent plus de 81% de la structure budgétaire.

## LE PALEO FESTIVAL : IMPACT MÉDIATIQUE

Pour Paléo Festival, il est difficile de donner des chiffres quant au nombre de minutes radios et TV diffusées mais aussi le nombre de pages online ayant parlé du festival. L'estimation du nombre d'articles parus se monte à 1'000 pages. L'impact presse est donc déjà de plus de 11 millions de francs.

### Conclusion

- 175 médias couvrent le Paléo Festival
- Environ 20 chaînes de TV régionales, nationales et internationales étaient présentes au Paléo Festival.
- 1'000 articles de presse

## PALEO FESTIVAL : PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.2

Paléo Festival encourage les transports en commun. Un concept "transport" est mis sur pied avec CFF, NSTCM, CarPostal mais également avec TCS, TL, TPG. La majorité des transports est gratuite durant la semaine du Festival. 53% des spectateurs viennent en voiture et 47% en mobilité douce, dont 40% en transport en commun et 7% à pied/vélo.

Concernant les nuisances sonores, le Paléo Festival reçoit très peu de plaintes. Le terrain est éloigné des habitations et les plages horaires du programme sont respectées. Au niveau technique, les enceintes sont limitées en décibels et sont sous surveillance en permanence par les sonomètres. La technique développe de plus en plus un son directif et des protections auditives sont distribuées.

Un énorme effort de sensibilisation est réalisé. 50% des déchets sont triés. Une charte environnementale pour les spectateurs est mise en ligne sur le site internet de Paléo Festival, et également un stand environnement sur le site du festival qui permet de sensibiliser le

spectateur au tri des déchets, tri des mégots de cigarettes, verres consignés, etc.

La manifestation se déroule sur un terrain agricole de 84 hectares appartenant à plusieurs agriculteurs. Le terrain est donc loué aux agriculteurs. Les agriculteurs ont relevé une petite baisse de rendement car le terrain est, peut-être, un peu tassé. Mais beaucoup d'efforts sont mis en place pour éviter la pollution des rivières et autres.

### Critère social : 4.2

Paléo Festival forme environ 12 stagiaires par année et des apprentis employés de commerce. Pour les bénévoles, une formation est organisée avant l'événement.

Les employés ont la possibilité de suivre des formations continues sur la gestion de projets, des conflits, etc. Paléo Festival offre également une formation de type sociale en collaborant avec les chômeurs et leur offre ainsi une nouvelle formation dans la monde de l'événementiel.

Paléo Festival est appelé régulièrement pour donner des conférences et organiser des visites guidées durant la semaine du festival.

Le public de Paléo Festival est très large, car le festival offre une programmation très éclectique : enfants, familles, plus de 70 ans. En majorité, les âges tournent autour de 17-35 ans.

La mise en avant des artistes peu connus fait partie de la programmation de Paléo Festival. Deux scènes sont installées; la scène "découvertes" et la scène "artistes suisses". Néanmoins, les artistes qui jouent sur scène doivent déjà avoir une petite habitude de la scène.

L'implication des bénévoles est l'un des points clés pour la pérennité de l'événement, plus de 4'700 bénévoles.

Le Paléo Festival a installé des WC handicapés, des douches, des plateformes, une équipe pour faciliter leur accueil et des tarifs spéciaux.

Paléo Festival a mis en place des moyens de prévention et d'intervention afin de diminuer les risques liés à la sécurité. Les risques (marché noir,

drogue, vol) ont diminué depuis trois ans grâce à l'important dispositif sécurité et à la collaboration avec la police. Paléo Festival est très souvent pris comme exemple face aux autres manifestations.

### Degré d'attractivité : 4.55

La Paléo Festival est complet et les billets se vendent en trois heures. La programmation attire 230'000 personnes grâce à son programme diversifié pour tous les âges et les styles différents.

Afin d'offrir un très bon accueil à ses spectateurs, Paléo Festival forme plus de 4'700 bénévoles et étudie au mieux l'aménagement des différents espaces à disposition sur le terrain.

Le public est d'abord romand : environ 80% des spectateurs. Quant aux artistes et à la presse, la portée est clairement internationale.

Le Paléo Festival est en contact avec 42 festivals internationaux et 35 festivals suisses, et aussi avec les associations des festivals de la région considérée.

Une attention particulière a été portée à l'accueil des VIP et des personnalités. Les entreprises ont également la possibilité de louer des espaces invités.

### Degré d'innovation : 3.6

En termes de grandeur, le Paléo Festival est unique dans la région de Nyon : 6 jours et des artistes internationaux. Des festivals de moins grande envergure existent dans la région.

Le Paléo Festival propose beaucoup d'événements et même parfois des créations. Le festival favorise les rencontres avec les nouveaux talents. Il est difficile d'accueillir des avant-premières, car les tournées musicales débutent en juin. Les artistes se sont donc déjà produits auparavant. Un pays différent chaque année est invité au Paléo Festival pour partager sa culture musicale.

La plateforme d'échange est très développée car énormément de professionnels de la musique sont présents : producteurs, artistes, médias. Un rendez-vous incontournable pour les professionnels de la musique.

Le Paléo Festival est en constante recherche d'innovation, mais les changements organisationnels et infrastructurels sont relativement stables ou évoluent petit à petit. Néanmoins, chaque année des modifications sont apportées à l'aménagement du festival.

Le Paléo Festival collabore régulièrement avec les hautes-écoles spécialisées en leur permettant de se valoriser en tant que partenaire à l'innovation. Le festival a également un mandat sécurité/mobilité /mouvements de foules avec l'EPFL et collabore aussi avec des Ecoles de Musique.

### Population régionale : 4.2

La mise en valeur de la région est très développée. Les stands du festival ont des labels pour reconnaître si ce sont des produits régionaux. La notoriété internationale de Paléo Festival a aidé la ville de Nyon à se faire connaître. Les artistes ont la possibilité de découvrir la région et ses restaurants durant la journée.

La population régionale s'implique. Les clubs sportifs et culturels ont des stands durant la semaine du festival, ainsi que les commerçants. Le Paléo Festival collabore aussi avec des associations de prévention et énormément d'association du district. Le degré d'implication didactique est, quant à lui, faible. Quelques visites des scènes sont parfois organisées.

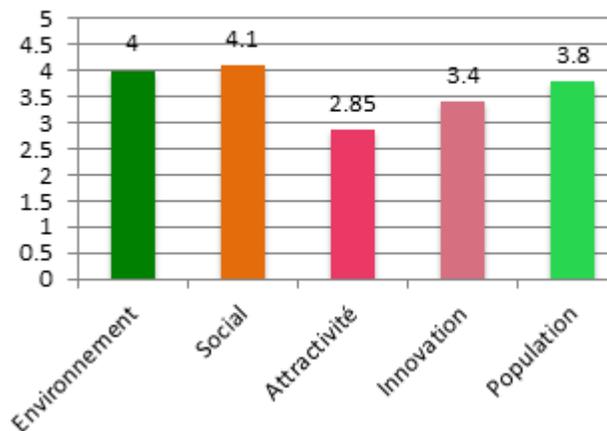
## USINE À GAZ À NYON

### Une salle au programme éclectique et au service de sa population !

- Le budget de l'Usine à Gaz est constitué majoritairement du soutien public financier et aussi de ses recettes propres réalisées en billetterie et en nourriture & boisson.
- Un impact médiatique d'environ 7.5 millions avec un rayonnement extérieur important pour la salle et la région.
- Un développement organisationnel et infrastructurel très soutenu. L'Usine à gaz souhaite agrandir ses locaux afin d'amener des spectacles de plus d'envergure dans une salle confortable.

- Impact économique : CHF 1.1 millions
- Impact médiatique : CHF 7.5 millions

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 1995
- Lieu : Nyon
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée : Saison 2015
- Nombre de représentations: 76
- Nombre de spectateurs : 10'500
- Taux d'occupation : 70%
- Capacité de la salle : 200 personnes assises et jusqu'à 500 personnes debout
- Nombre de staff : 4.5 ETP employés et 2.5 ETP stagiaires. Le nombre de plein temps que représentent les mandataires et les auxiliaires n'a pas été valorisé.
- Nombre de bénévoles : 113
- 20 médias couvrent la salle, dont 70% hors district
- Personnes interviewées :
  - Pierre-Yves Schmidt, Directeur
  - Renata Sukiennik, Administratrice

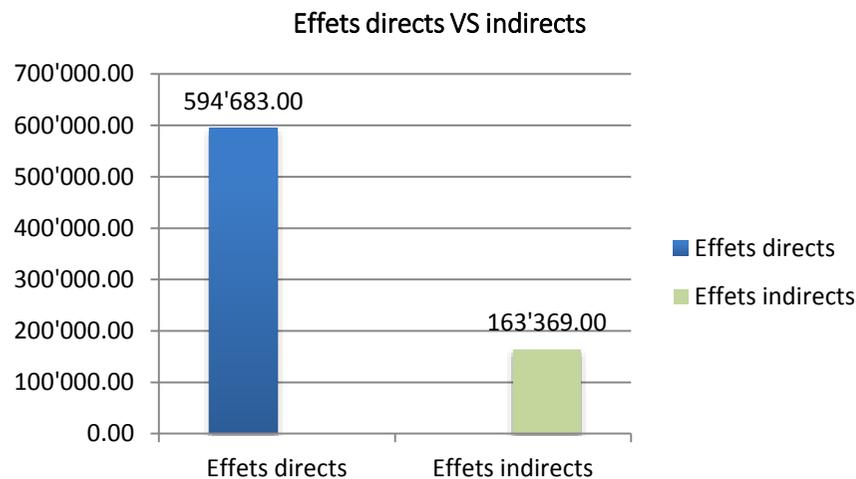


## USINE A GAZ : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs sont supérieurs aux effets indirects. Les effets directs se montent à CHF 594'683 et les effets indirects à CHF 163'369. 60% des spectateurs proviennent du district.

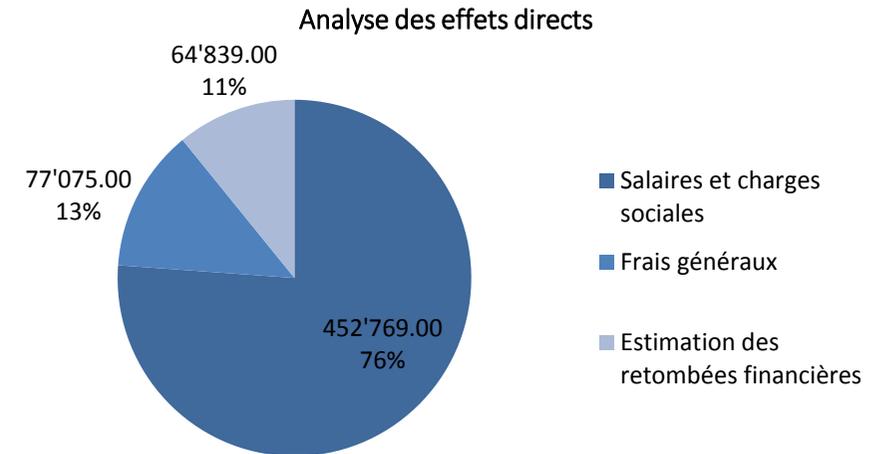
La somme des effets directs et indirects affiche plus de CHF 758'070 francs; cette somme représente le revenu primaire.



### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (76%). D'autres chiffres intéressants sont pris en compte, 85% des employés résident dans le district considéré.

Le revenu primaire est donc à son tour dépensé par les ménages du district et les entreprises régionales ce qui aboutit à une vague de dépenses dans la région concernée.



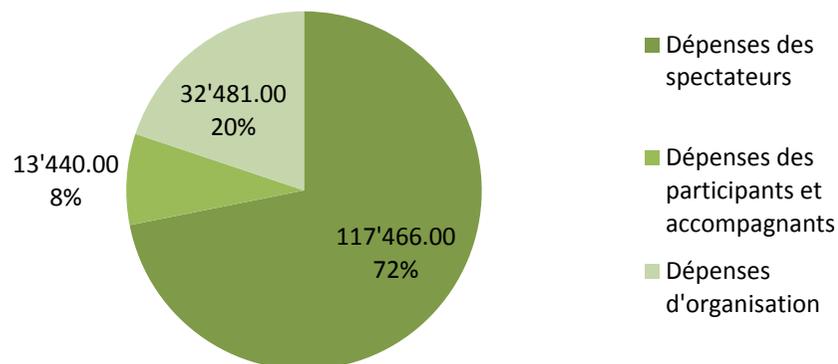
### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est essentiellement composé des dépenses des spectateurs (72%). 40% des spectateurs viennent de l'extérieur du district.

Les dépenses de participants et accompagnants (artistes) représentent 8%. La grande partie des artistes sont régionaux ou nationaux. Et les dépenses d'organisation se montent à 20%.

Dans cette étude, les dépenses des locataires de la salle ne sont pas prises en compte lors du calcul des effets indirects.

### Analyse des effets indirects



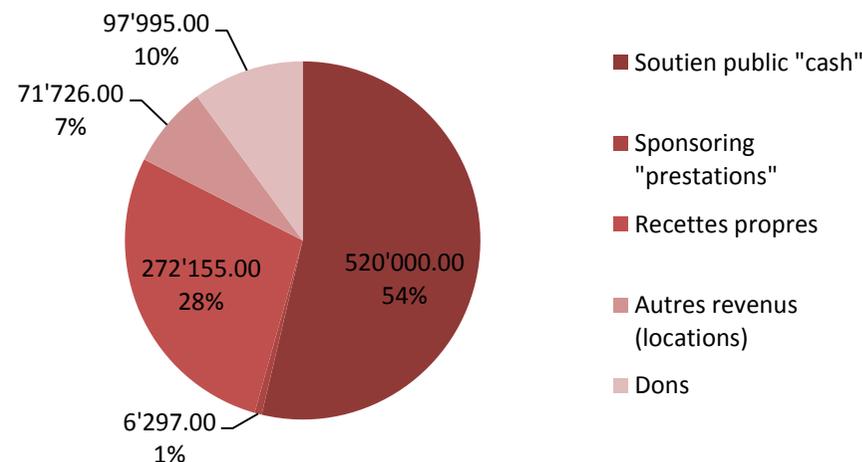
### Analyse de la structure budgétaire

Les recettes « soutien public » se montent à CHF 520'000, soit 54% de la structure budgétaire. Les recettes sponsoring sont inexistantes. La salle reçoit principalement des soutiens publics.

Les recettes propres, chiffres d'affaires billetterie et nourriture & boisson, se montent à 272'155, soit 28%.

Un autre revenu spécifique à la salle est le chiffre d'affaires location qui s'élève à 7% de la structure budgétaire.

### Analyse de la structure budgétaire



### Conclusion

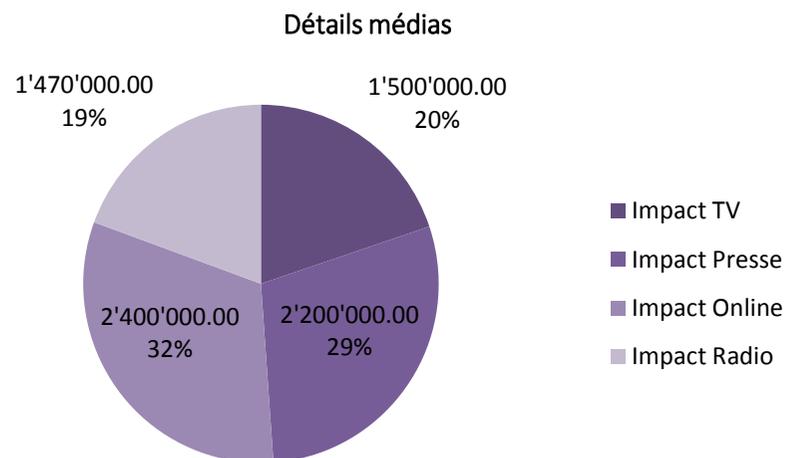
Les effets directs sont plus conséquents que les effets indirects. Les effets indirects sont essentiellement composés des dépenses des spectateurs, 40% venant de l'extérieur du district.

L'Usine à Gaz est une institution dépendant des subventions. 54% de la structure budgétaire vient du soutien public cash.

### USINE A GAZ : IMPACT MÉDIATIQUE

Le tableau représente le rayonnement de l'Usine à Gaz ainsi que de la région dans laquelle est implantée la salle. Le total de l'impact médiatique se monte à environ 7.5 millions de francs.

Tous les canaux de communication sont utilisés de manière relativement proportionnelle, soit 20% de TV, 29% de presse, 32% de nouvelles en ligne et 19% de radio.



### Conclusion

- L'Usine à Gaz bénéficie d'un rayonnement intéressant pour la ville et la région considérée
- 20 médias couvrent la salle, dont 70% hors district
- 200 articles de presse et 300 articles online
- Principalement, les chaînes de TV régionales s'intéressent à l'Usine à gaz

## USINE A GAZ : PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.0

L'Usine à Gaz est située à 10 minutes à pied de la gare et un arrêt de bus est proche de la salle. Par contre, la fréquence des bus se réduit dès la fin de journée. Néanmoins, la majorité des spectateurs viennent en transports

publics ou à pied, car la salle ne possède pas de parking à proximité. 60% des spectateurs viennent du district.

Le volume sonore est calculé, des boules quiès sont distribués, les autorisations sont respectées, un service de sécurité tourne et des panneaux « silence » sont installés afin de réduire les nuisances sonores.

L'Usine à Gaz porte une attention toute particulière à la gestion du tri des déchets à l'année et durant les spectacles : gobelets compostables, station de tri des déchets à la cuisine et au bar. L'impact sur la faune et la flore est inexistant.

### Critère social : 4.1

L'Usine à Gaz accueille quatre stagiaires en permanence et propose des formations continues aux employés. La salle collabore aussi avec des Hautes Ecoles dans le cadre d'animations socioculturelles. L'Usine à Gaz est active dans la médiation culturelle en proposant des ateliers ponctuels aux écoles et des spectacles participatifs. La salle offre ainsi une programmation très diversifiée pour : enfants, adultes, personnes âgées et pour des niveaux sociaux différents.

Une attention particulière est apportée aux artistes méconnus. L'un des objectifs de l'Usine à Gaz est de soutenir les artistes régionaux et suisses et de proposer des résidences aux artistes afin qu'ils puissent travailler et évoluer. Quant à l'accueil des personnes handicapées, les installations sont bonnes et le potentiel de débordement est relativement faible.

### Degrés d'attractivité : 2.85

L'Usine à Gaz propose un programme très éclectique en ville de Nyon afin de s'adresser à différents publics et de satisfaire ainsi ses spectateurs.

La perception de l'accueil et de l'environnement est bonne. Au total, 113 bénévoles aident au bon fonctionnement de la salle et offrent ainsi un accueil varié.

La portée de la salle est avant tout régionale au niveau des spectateurs. 60% des spectateurs viennent du district et le reste vient de Suisse et de

France voisine. Quant aux artistes, leur provenance est essentiellement de Suisse, mais aussi d'Europe.

Il existe des connexions avec d'autres institutions : Les hivernales, Visions du réel, le réseau des théâtres et musiques en France et en Suisse, des institutions en Belgique mais aussi au Québec. Au niveau local et régional, beaucoup de synergies sont créées.

Des efforts sont réalisés pour accueillir des invités mais ces options sont disponibles uniquement sur demande.

### Degré d'innovation : 3.4

L'Usine à Gaz soutient les créations et prend des risques pour proposer des premières ou des nouvelles créations.

La salle propose des moments d'échanges sous forme de conseils et d'aide à la diffusion de la création.

Le degré de développement de la salle en termes infrastructurels et organisationnels est soutenu : l'achat de lumières, en attente de l'autorisation de construction d'une seconde salle, les temps de travail ont été augmentés et certains systèmes informatiques ont été développés pour l'organisation à l'interne.

L'Usine à Gaz collabore avec les hautes-écoles spécialisées en offrant des places de stages. Les locaux sont mis à disposition pour certaines écoles et le chef technique est formateur pour la formation « technicien de spectacle ».

### Population régionale : 3.8

L'Usine à Gaz met en valeur la région via sa situation dans un cadre magnifique à deux pas du lac. La salle est membre de Nyon Région Tourisme et participe aux collectivités publiques de la ville.

La salle collabore avec les partenaires de la région. Elle propose une billetterie à prix préférentiels et la majorité des bénévoles vivent à Nyon. Le degré d'implication de la population est fort : les Nyonnais voteront l'autorisation de l'agrandissement de la salle de spectacle.

L'Usine à Gaz accueille des stagiaires d'observation et organise de manière ponctuelle des ateliers pour les écoles. Elle collabore aussi avec des associations de prévention et énormément d'associations du district.

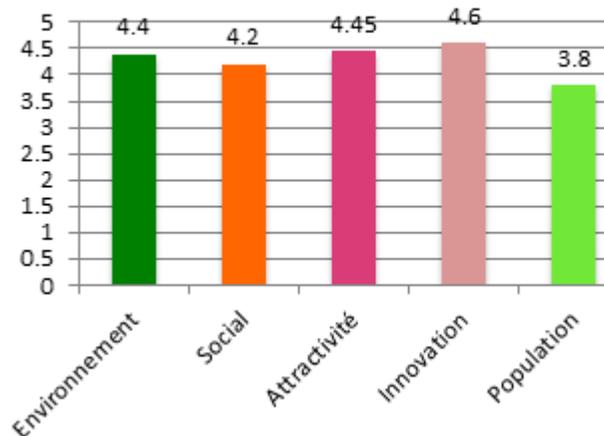


## LE LIVRE SUR LES QUAIS

### Le rendez-vous suisse du monde du livre !

- Une manifestation de seulement 3 jours avec un impact économique important pour la région considérée: CHF 1.7 millions.
  - Un réel rayonnement médiatique extérieur:
  - La manifestation touche l'intérêt des journalistes avec un impact médiatique de plus de 10.3 millions.
  - Un événement innovant avec une programmation très diversifiée. Plus de 40'000 visiteurs en 3 jours!
- **Impact économique : CHF 1.7 millions**
- **Impact médiatique : CHF 10.3 millions**

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 2010
- Lieu : Morges
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée: 4-6 septembre 2015
- Nombre de jours : 3
- Taux d'occupation : Difficilement valorisable. Flux de passage sous la tente (dimensions 15x90 m) et capacité maximale des salles 3'950 places par jour ; pour autant que les salles soient utilisées tous les jours.
- Nombre de spectateurs : 40'000
- Nombre de staff : 1.8 EPT à l'année et 9 mandats entre avril et septembre (communication, attaché presse, graphisme, programmation, staff, logistique, coordination anglophone)
- Nombre de bénévoles : 220
- 68 médias différents couvrent le festival, dont 97% hors district.
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Sylvie Berti Rossi, Directrice



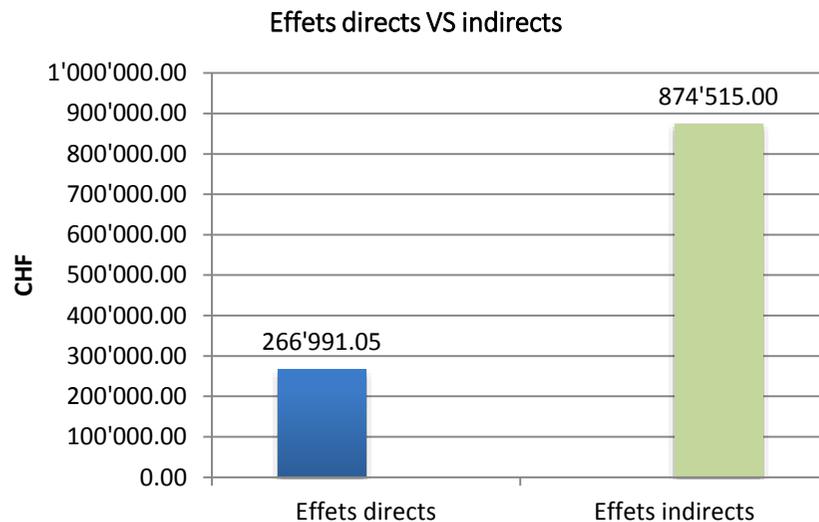
## LE LIVRE SUR LES QUAIS : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

*Le Livre sur les Quais* est un système économique qui profite beaucoup à l'économie locale, spécialement de manière indirecte.

Les effets indirects sont plus importants que les effets directs. *Livre sur les Quais* est une manifestation extrarégionale.

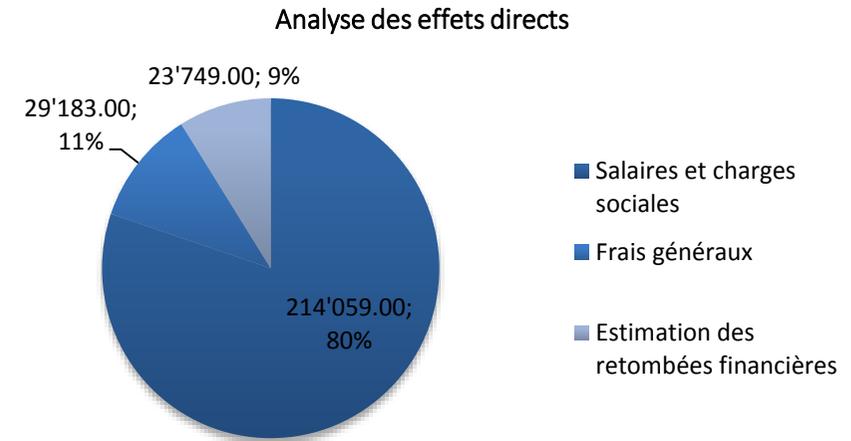
La somme des effets directs et indirects affiche plus de 1.2 millions de francs; cette somme représente le revenu primaire.



### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (73%), dont 1.8 EPT à l'année.

Les frais généraux se montent à 21% et l'estimation des retombées financières est de 8% (répartis dans les comptes salaires et, biens et services).

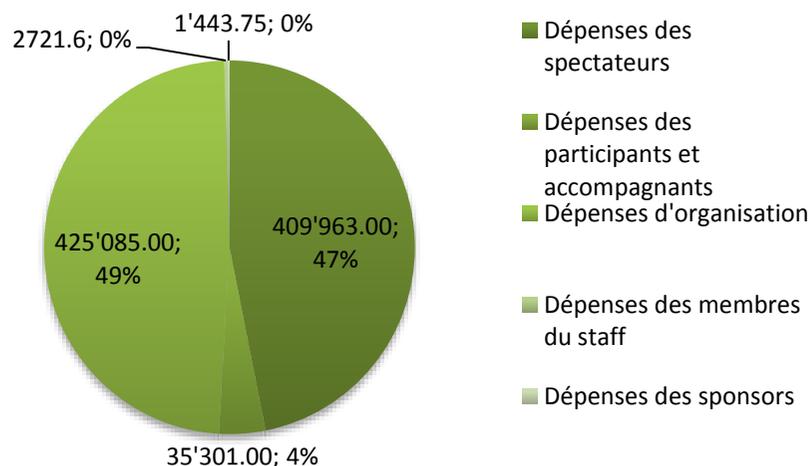


### Analyse des effets indirects

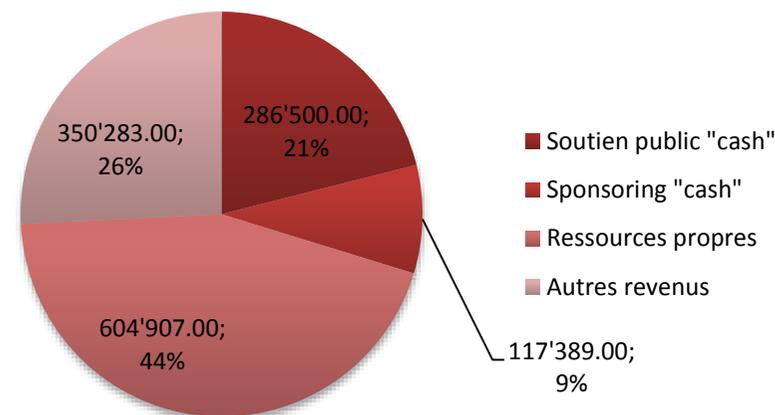
Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est essentiellement composé des dépenses des spectateurs (47%). Les livres vendus lors de l'événement représentent des chiffres importants. Les dépenses d'organisation sont aussi très intéressantes (49%). La manifestation travaille spécialement avec les sociétés du district; soit 90% des fournisseurs venant du district.

D'autres chiffres intéressants: l'événement accueillait, en 2015, 40% des spectateurs en provenance de l'extérieur du district.

### Analyse des effets indirects



### Analyse de la structure budgétaire



### Analyse de la structure budgétaire

Les ressources propres (CA vente de livres, nourriture & boisson et billetterie) à l'événement sont importantes dans la structure budgétaire (44%). *Le Livre sur les Quais* vend plus de CHF 530'000.- en livres; un chiffre important.

Les autres revenus en matière de dons et de fondations se montent à 26%, et le soutien public en cash à 21%. Tous deux sont également des appuis importants pour *Le Livre sur les Quais*.

À noter que ne sont pas comptabilisées, les prestations publiques estimées à CHF 45'000.- et les prestations en contre-échange du sponsoring estimées à CHF 79'000.-, car ces chiffres ne rentrent pas dans la comptabilité du Livre sur les Quais.

### Conclusion

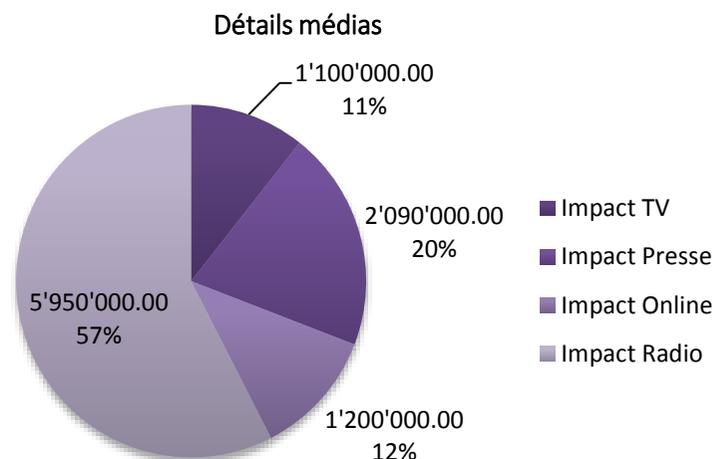
- *Le Livre sur les Quais* est une manifestation extrarégionale.
- *Le Livre sur les Quais* constitue un système économique qui bénéficie beaucoup à l'économie locale, spécialement de manière indirecte.
- Les ressources propres (dont la majorité concerne les ventes de livres) de l'événement et les autres revenus (dons et fondations) sont des revenus importants du Livre sur les Quais.

### LE LIVRE SUR LES QUAIS: IMPACT MÉDIATIQUE

Les retombées médiatiques sont d'environ 10.3 millions de francs. L'impact radio a une part conséquente, *Le Livre sur les Quais* est très souvent l'invité d'émissions radio enregistrées en studio et des directs ont également lieu durant la manifestation avec un partage autour des romans et de leurs

auteurs. L'événement touche également les chaînes TV internationales, telles que TV5 Monde.

Ce chiffre représente un important rayonnement de l'événement et, ainsi, de la région dans laquelle il est organisé.



### Conclusion

- *Le Livre sur les Quais* bénéficie d'un rayonnement extérieur. Des retombées intéressantes au niveau médiatique et touristique pour la région.
- 68 médias différents couvrent le festival, dont 97% hors district.
- Plus de 190 articles parus dans la presse écrite quotidienne et spécialisée.
- *Le Livre sur les Quais* intéresse les journalistes nationaux et internationaux. Ce qui marque une réelle affinité par rapport à l'offre de cette manifestation.

## LE LIVRE SUR LES QUAIS: PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.4

La qualité des transports publics en place desservant le festival est excellente. L'événement se situe à 5 minutes à pied de la gare. Les horaires CFF sont très bons. L'accès se fait également par bateau (CGN) pour les résidents français. Un service de navettes gratuites vers les parkings périphériques est également proposé.

Une grande majorité des visiteurs utilise les transports publics ou se déplace à pied; 60% des spectateurs habitent le district.

La ville de Morges félicite chaque année l'organisation de l'événement, car *Le Livre sur les Quais* ne laisse pas de traces, pas de vandalisme et aucun déchet, mais également aucune nuisance sonore.

Quant aux atteintes à l'environnement, à la dégradation au paysage ou à la destruction de l'écosystème, elles sont inexistantes. La manifestation porte une attention très particulière au tri des déchets avec des matériels de tri, l'évacuation des eaux et les chemins sont remis en l'état.

### Critère social : 4.2

Les retombées sociales sont positives. L'attention portée à la formation des métiers de la culture est grande. La manifestation offre des formations à tous les modérateurs de rencontres ainsi qu'aux auteurs. Les bénévoles sont formés et les responsables de secteurs reçoivent un cahier des charges clair, ainsi qu'une présentation du milieu culturel.

Très active dans la médiation culturelle, la manifestation propose des journées d'échanges et de discussions. Il est donc très important pour la manifestation *Le Livre sur les Quais* d'établir des liens avec l'environnement social. Le programme de médiation culturelle est développé ponctuellement durant l'année.

Ce rendez-vous annuel touche un public très large: familles, enfants, écoles, ados, professionnels et adultes de 20 à 99 ans.

Une grande attention est portée à mettre en avant les talents encore méconnus. Environ 40 nouveaux auteurs sont présentés durant la manifestation. Des rencontres avec la présence de la relève littéraire sont organisées afin de soutenir les jeunes auteurs et un prix créé en 2016 a été remis à un jeune auteur.

La manifestation touche l'intérêt des locaux. Le nombre de bénévoles est important dont 80% viennent du district.

### Degré d'attractivité : 4.45

La programmation est appréciée par les visiteurs grâce à son offre très diversifiée avec plus de 200 événements: des lectures, des conférences, des films, etc. De plus, le nombre de visiteurs est en augmentation (40'000 en 2015).

Concernant l'accueil, la manifestation reçoit énormément de mots positifs de la part des auteurs, des conférenciers, des spectateurs. L'atmosphère est très appréciée. L'objectif est donc réussi, car pour attirer les auteurs étrangers, il fallait travailler sur l'accueil.

Les visiteurs viennent de la région ou de l'arc lémanique mais aussi de la France voisine. *Le Livre sur les Quais* a pour but de faire connaître la manifestation au niveau européen. Les médias tels que TV5 Monde ou des journalistes européens, et surtout la présence de conférenciers internationaux, marquent déjà cette tendance. De plus, les dates de l'événement coïncident avec la rentrée littéraire française.

La manifestation collabore avec d'autres institutions culturelles de la région (musées de Morges, Théâtre de Beausobre, bibliothèques municipales et Bibliothèque Sonore Romande à la place de bibliothèque pour les malvoyants, Musée Chaplin, etc.)

### Degré d'innovation : 4.6

Le festival offre une programmation unique dans la région considérée. L'objectif est de positionner la manifestation comme un lieu de

découvertes proposant des avant-premières, car les dates coïncident avec les sorties littéraires et à présent les éditeurs suisse sortent les livres en fonction de cette manifestation.

Le milieu du livre est présent durant cet événement. *Le Livre sur les Quais* organise plusieurs rencontres professionnelles via des journées ou soirées destinées aux médiateurs, aux éditeurs et libraires, et aux écrivains et éditeurs. *Le Livre sur les Quais* ne cesse d'innover. La ville de Morges est utilisée de manière plus intensive en passant de 6 à 20 lieux. La manifestation a développé également des synergies académiques importantes avec l'université de Lausanne, le centre de traduction littéraire et le centre de recherche sur les lettres romandes.

### Population régionale : 3.8

La manifestation met en valeur la région en collaborant avec les partenaires locaux, les vigneron producteurs et l'office du tourisme. Un point touristique et information est intégré à l'événement et géré par l'office du tourisme.

La manifestation organise des animations scolaires qui leur sont spécialement dédiées, soit plus de 100 classes (4'000 élèves) et les demandes ne cessent d'augmenter.

Les commerçants s'impliquent de plus en plus. L'identité morgienne de cet événement est déjà très marquée au niveau des bénévoles qui viennent principalement de Morges.

*Le livre sur les Quais* a des collaborations ponctuelles avec des institutions de prévention (BSR, EMS Morges, Handicap Vaud, Avacah) et la collaboration avec les associations locales est encore très faible.

## THÉÂTRE DE BEAUSOBRE

### Un théâtre très visité !

- La programmation du Théâtre de Beausobre attire les gens de l'extérieur. Sur un total de 55'000 spectateurs, 70% viennent hors du district.
- Le Théâtre de Beausobre crée des emplois dans le domaine culturel; plus de 10 EPT à l'année.
- Le théâtre contribue à la notoriété de la région grâce à une bonne couverture médiatique. L'impact médiatique se monte à CHF 7.2 millions.
- La salle offre une programmation internationale à la population de la région considérée. 99% des artistes viennent hors du district.

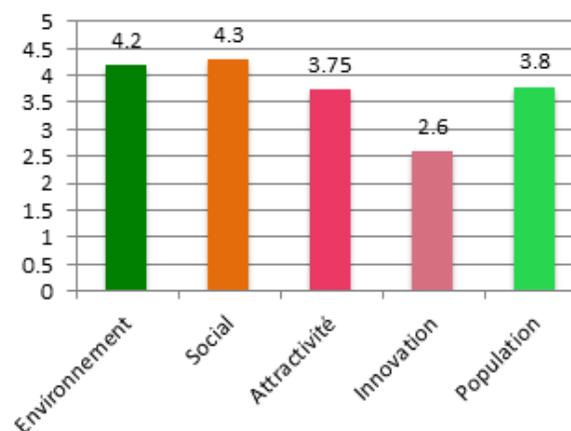
➤ Impact économique : CHF 4.8 millions

➤ Impact médiatique : CHF 7.2 millions

### Informations clés :

- Date de création : 1986
- Lieu : Morges
- Type d'organisation : Institution communale
- Edition analysée: Saison 2015
- Nombre de représentations: 65
- Nombre de spectateurs : 55'000
- Taux d'occupation : 85%
- Capacité de la salle : 850 places, modulable à 450 et 250 places
- Nombre de staff : 10 EPT et des auxiliaires chaque soir de spectacles
- Nombre de bénévoles : environ 100
- 80 médias différents couvrent la salle, dont 95% hors district
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Roxane Aybek, Directrice
  - Mathieu Exhenry, Administrateur

### Résumé des notes de critères qualitatifs

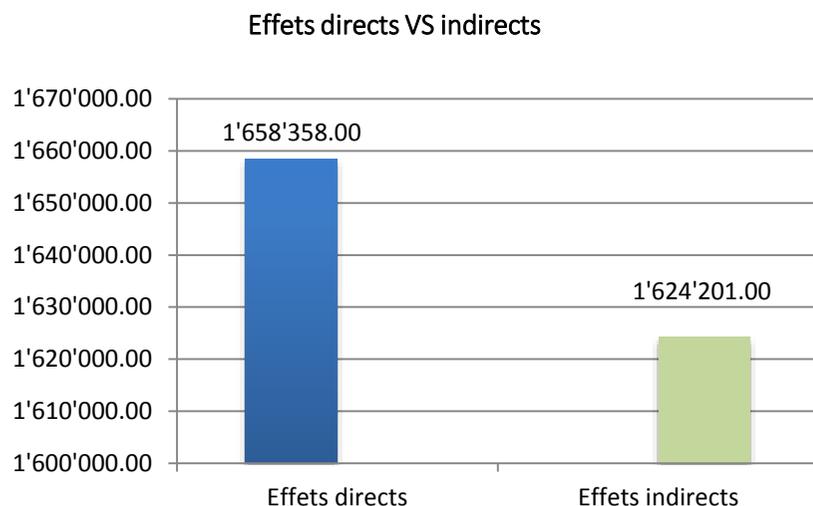


## THÉÂTRE DE BEAUSOBRE : IMPACT ECONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs et indirects sont quasi égaux. 30% des spectateurs viennent du district et 99% des artistes viennent hors du district de la région considérée.

La somme des effets directs et indirects affiche plus de 3.2 millions de francs; cette somme représente le revenu primaire.



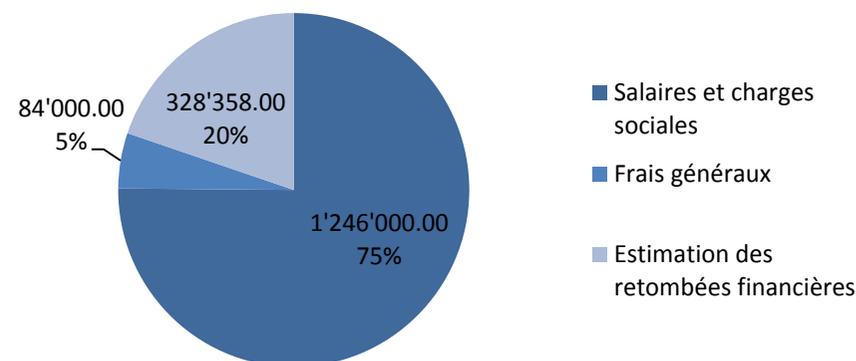
### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (75%), soit 10 EPT et des auxiliaires chaque soir de spectacles.

D'autres chiffres intéressants sont pris en compte. 80% des employés résident dans le district considéré. Le revenu primaire est donc à son tour

dépensé par les ménages du district et les entreprises régionales ce qui aboutit à une vague de dépenses dans la région concernée.

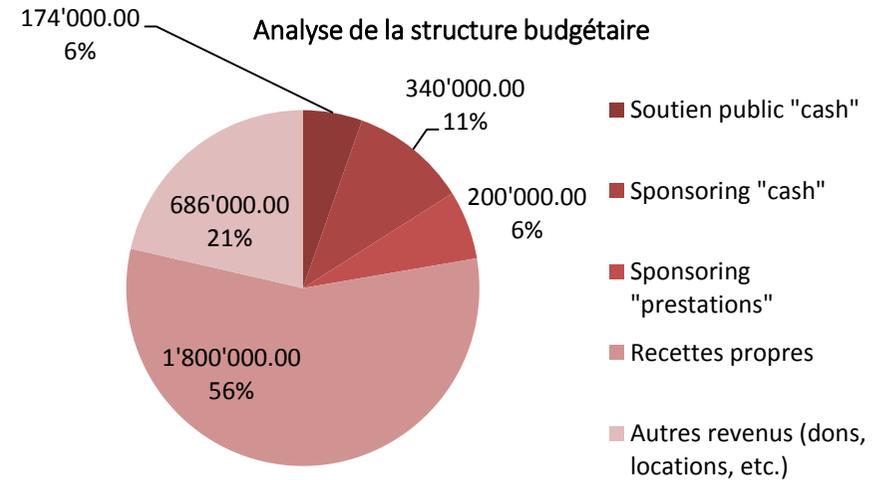
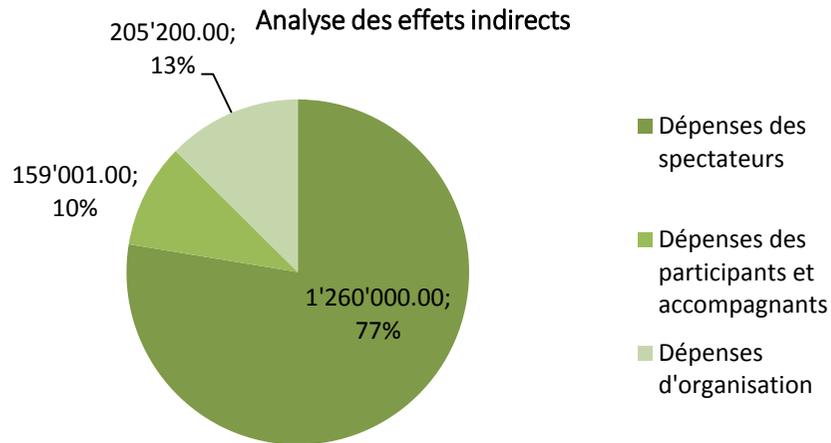
### Analyse des effets directs



### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est essentiellement composé des dépenses des spectateurs (77%). La salle accueillait, en 2015, 70% des spectateurs en provenance hors du district.

Les dépenses d'organisation représentent 13% des effets indirects; 80% des fournisseurs proviennent du district.



## Analyse de la structure budgétaire

56% des recettes propres provenant de la billetterie constituent la structure budgétaire de la salle.

Le soutien public « cash » se monte à 6%. Le soutien public en matière de prestations n'est, quant à lui, pas valorisé dans cette étude. Les ressources humaines, la comptabilité, l'entretien de la salle sont des prestations payées par la ville.

L'apport en cash des sponsors représente 11% de la structure budgétaire et les prestations nature des sponsors, quant à elles, se montent à 6%.

## Conclusion

- Le Théâtre de Beausobre est un important revenu primaire, soit plus de 3.2 millions.
- La manifestation crée des emplois; soit 10 EPT et des auxiliaires chaque soir de spectacles.
- Les dépenses des spectateurs représentent une somme importante, car plus de 70% des spectateurs viennent hors district.

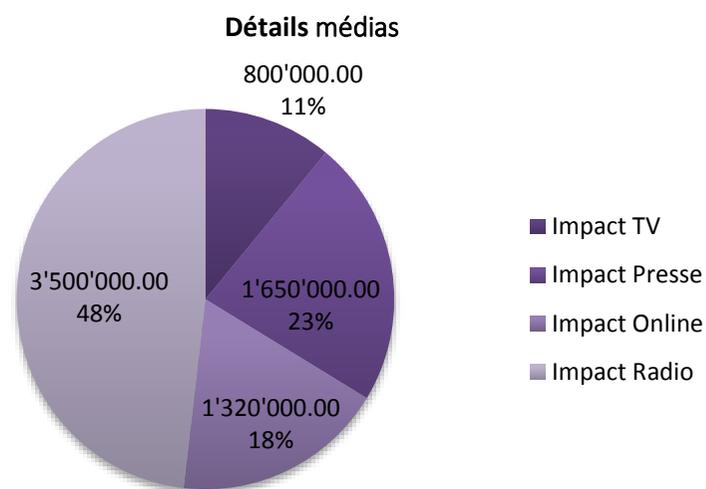
## THÉÂTRE DE BEAUSOBRE : IMPACT MÉDIATIQUE

Les retombées médiatiques, environ 7.2 millions de francs, sont constituées majoritairement de passages radio (48%).

D'autres types de médias relatent également l'activité de la salle :

- Presse (23%)
- TV (11%)
- Online (18%)

Ces chiffres reflètent l'important rayonnement de la salle dans la région dans laquelle elle est implantée.



### Conclusion

- Le *Théâtre de Beausobre* bénéficie d'un rayonnement extérieur. Des retombées intéressantes au niveau médiatique et touristique pour la région.
- 80 médias différents couvrent la salle, dont 95% hors district.

- Plus de 150 articles parus dans la presse écrite quotidienne et spécialisée.
- Le *Théâtre de Beausobre* peine à toucher les TV nationales. Seules les TV régionales se sont déplacées en 2015

## THÉÂTRE DE BEAUSOBRE : PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.2

La qualité des transports publics desservant la salle est très satisfaisante. La connexion des trains CFF est appréciée et un arrêt de bus se situe devant la salle. De plus, la salle est à seulement 10 minutes à pied de la gare. Toutefois, le pourcentage de spectateurs venant en transports publics est faible.

La salle ne provoque pas de nuisances sonores et porte un intérêt tout spécial au développement durable. Le *Théâtre de Beausobre* possède un label environnement et économie. A l'année, les déchets sont triés et des matériels de tris sont mis en place pour sensibiliser les spectateurs.

Quant aux atteintes à l'environnement, à la dégradation au paysage ou à la destruction de l'écosystème, elles sont inexistantes.

### Critère social : 4.3

Les retombées sociales sont positives. Le *Théâtre de Beausobre* a les ressources nécessaires pour accueillir des stagiaires, des apprentis et des formations continues sont proposées aux collaborateurs. La salle met donc en avant les métiers de la culture.

Actif dans la médiation culturelle, la salle programme ponctuellement des journées découvertes et portes ouvertes.

L'implication des habitants de Morges est l'un des points clés de salle, 80% du staff vient du district de Morges. La mixité sociale de son public touche tous les publics: théâtre, musique, humour, danse, cirque, hypnose et jeune public.

Les lieux sont adaptés aux personnes à mobilité réduite avec des places réservées, un accès adapté et des WC.

Quant au potentiel de débordement du *Théâtre de Beausobre*, il est inexistant. Le public est calme et respectueux.

### Degré d'attractivité : 3.75

La programmation est appréciée par les spectateurs. Les soirées sont complètes, le nombre de spectateur évolue et la programmation du Théâtre est très variée. L'accueil est également apprécié; le *Théâtre de Beausobre* reçoit beaucoup de messages positifs.

Le théâtre accueille 55'000 spectateurs. 70% des spectateurs viennent de l'extérieur du district. Les têtes d'affiche intéressent les gens extrarégionaux. Les artistes sont essentiellement suisses ou européens mais certains artistes non-européens se produisent aussi.

Le théâtre développe les synergies avec les différents événements de la région et les autres salles de spectacles.

Le *Théâtre de Beausobre* a développé son accueil pour les artistes en rénovant la salle, un cuisinier est à disposition du théâtre ainsi que des hôtes.

### Degrés d'innovation : 2.6

Les théâtres de Rolle, Morges, Nyon et Gland proposent des programmations différentes. Le but est de créer des synergies entre les salles, le public-cible étant relativement semblable.

Le Théâtre de Beausobre propose une programmation propre à elle, en offrant des têtes d'affiche, mais les avant-premières restent rares. La salle se veut être un lieu de rencontre et un lien de proximité entre le public et les artistes.

De nouvelles infrastructures et une nouvelle organisation liées au théâtre ont été réalisées ces dernières années. Dès lors, l'innovation en termes infrastructurelle et organisationnelle est relativement stable.

Les synergies académiques, quant à elles, sont relativement absentes.

### Population régionale : 3.8

La salle met en valeur la région en collaborant avec les partenaires locaux, les vigneron et l'office du tourisme.

L'implication de la population en termes de staff est grande, 80% d'entre eux viennent du district. Le *Théâtre de Beausobre* peut également compter sur le soutien des artisans et des commerçants de Morges.

Ponctuellement durant l'année, le théâtre organise des animations scolaires.

Le *Théâtre de Beausobre* collabore avec des institutions de prévention mais également avec les associations locales (clubs sportifs, culturels).

## LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL

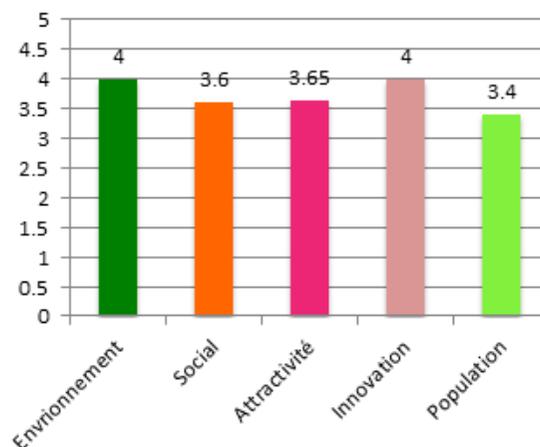
### Un événement national unique et très spécifique !

- La Côte Flûte Festival développe un positionnement de leader dans son domaine !
- Un événement organisé par un comité dynamique, 100% bénévole, qui œuvre pour faire connaître la musique classique.
- Un rayonnement médiatique extérieur intéressant. La manifestation unique en Suisse touche l'intérêt du monde extérieur.
- Un lieu de découvertes d'artistes et de ses métiers: l'ambition de La Côte Flûte Festival est devenir le leader dans le monde de la flûte au niveau Suisse.

➤ Impact économique : CHF 201'000

➤ Impact médiatique : CHF 1 million

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 2014
- Lieu : Gland, Nyon, Vich
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée : 2 au 5 octobre 2014 (organisation biannuelle)
- Nombre de représentations: 4 jours
- Nombre de spectateurs : 2'400
- Taux d'occupation : 35%
- Nombre de bénévoles : 100, dont 10 au comité
- 10 médias, dont 80% hors district
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Carole Reuge – Présidente et Directrice

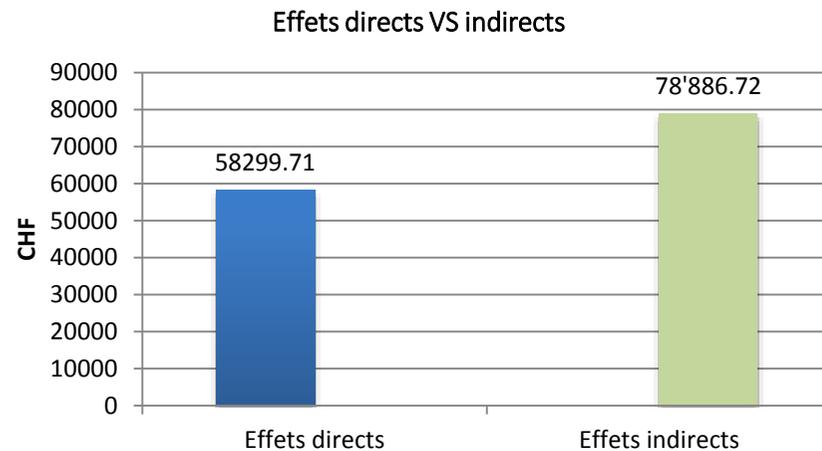


## LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Pour la région, les effets directs se montent à environ CHF 58'000.- et les effets indirects à CHF 79'000.-.

Ces sommes cumulées pour un montant de CHF 137'000.- démontrent que les retombées économiques du festival sont mesurées pour la région, notamment du fait d'un comité largement bénévole.

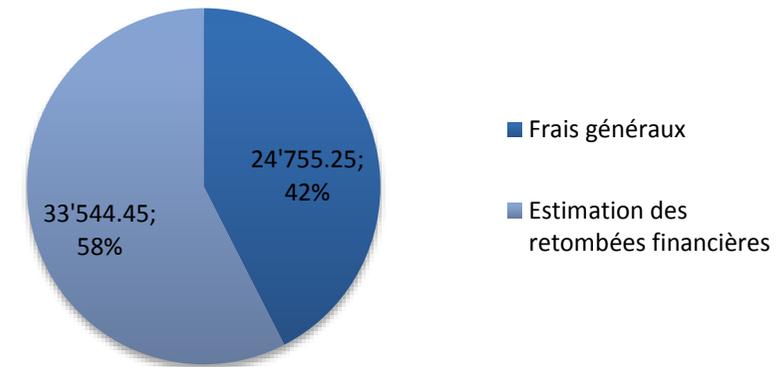


### Analyse des effets directs

Les effets directs sont constitués essentiellement de l'estimation des retombées financières directes pour la région d'environ CHF 33'500.- et des frais généraux de CHF 24'500.-.

Les salaires et charges sociales sont inexistantes, car l'entier du comité est bénévole.

### Analyse des effets directs

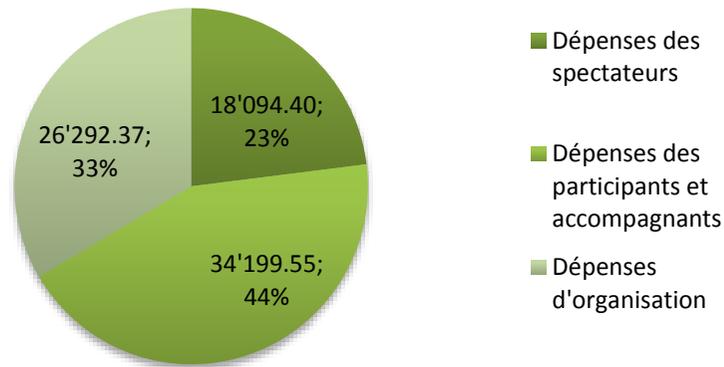


### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est composé majoritairement des dépenses des participants et de leurs accompagnants (44%).

Les 163 artistes venant exclusivement hors du district (99%), ils génèrent une nuitée pour l'hôtellerie régionale.

### Analyse des effets indirects



### Analyse de la structure budgétaire

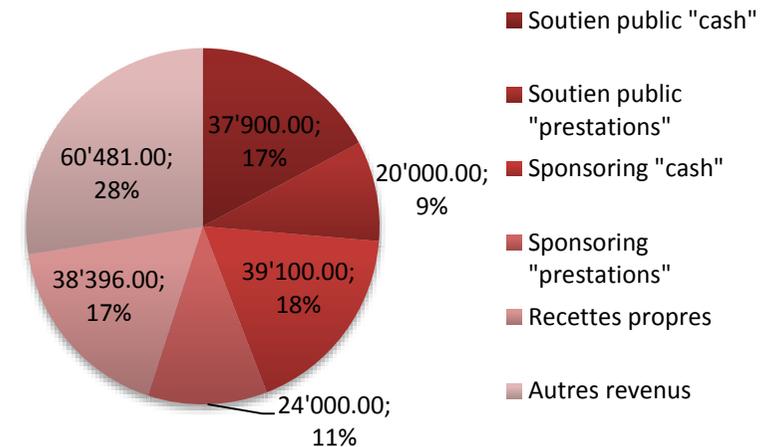
La structure budgétaire est proportionnée, à savoir :

- Soutien public : 26%
- Soutien sponsoring : 29%
- Recettes propres : 17%
- Autres revenus : 28%

Les « recettes propres » sont constituées des CA de la billetterie et de nourriture & boisson (via la location du stand F&B). Les autres revenus englobent les dons, les fondations et les locations de divers stands dédiés aux professionnels de la flûte.

A noter. Les frais annuels de déplacements et divers ne sont pas remboursés.

### Analyse de la structure budgétaire



### Conclusion

- Le festival est une manifestation soutenue par un comité de bénévoles, la masse salariale est inexistante.
- La structure budgétaire est composée équitablement entre les différentes sources de revenus
- Les artistes viennent tous de l'extérieur du district

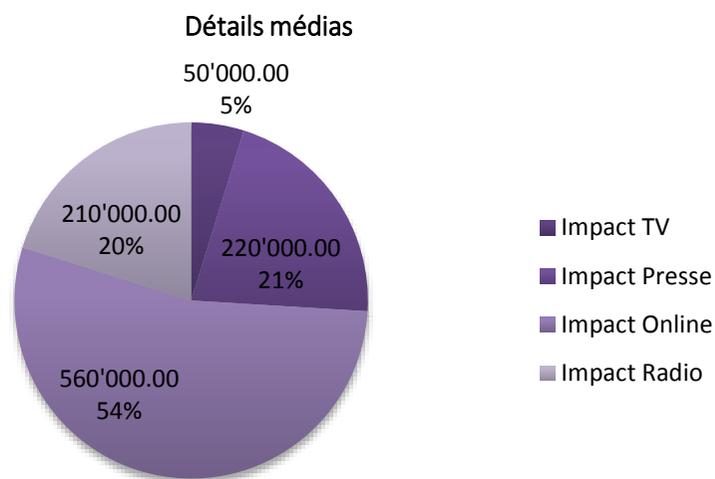
### LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL : IMPACT MÉDIATIQUE

Les retombées médiatiques, de 1 million de francs, sont constituées majoritairement d'articles online (54%).

Les autres types de médias relatent également l'événement:

- Presse (21%)
- TV (5%)
- Radio (20%)

Ces chiffres montrent une bonne visibilité de l'événement sur internet. Le festival relève des retombées médiatiques intéressantes grâce au soutien de la presse locale et régionale et à sa collaboration avec la TV régionale.



### Conclusion

- Le festival obtient des retombées médiatiques intéressantes grâce au soutien des médias régionaux, nationaux et internationaux généralistes et spécialisés.
- 10 médias, dont 80% hors district
- 70 pages online et 20 articles de presse
- La Côte Flûte Festival organisait sa première édition

## LA CÔTE FLÛTE FESTIVAL : PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.0

La qualité des transports publics est excellente. Pour les événements spéciaux à Vich ou à Nyon, des navettes gratuites sont mises en place. Pendant le festival, les navettes sont très utilisées. Toutefois, une part importante des gens viennent en voiture pour rejoindre le lieu principal de l'événement. Les nuisances sonores sont inexistantes. L'événement est organisé à l'intérieur des bâtiments et la musique classique n'est pas amplifiée. Le festival porte une intention particulière à la gestion du tri des déchets afin d'avoir un minimum de déchets. La Côte Flûte Festival utilise de la vaisselle réutilisable, des poubelles de tri et aucun plastique n'est distribué. Par contre, le degré d'aménagement pour sensibiliser le public n'est pas complètement développé. Quant aux atteintes à l'environnement, à la dégradation au paysage ou à la destruction de l'écosystème, tous sont inexistantes. En effet, le festival est organisé dans des lieux déjà existants.

### Critère social : 3.6

La Côte Flûte Festival n'a pas les ressources financières et humaines nécessaires pour accueillir des stagiaires ou apprentis. Cependant, le festival consacre 1/3 de sa programmation à la formation culturelle et de la scène pour les parents et les enfants. En proportion avec sa taille, le festival a mis l'accent sur la médiation culturelle afin d'établir des liens et faire découvrir son activité. En 2014, tous les cours étaient gratuits. Des visites guidées étaient organisées. Le festival participait activement dans les écoles et était présent dans les marchés afin d'aller à la rencontre des gens pour promouvoir leur richesse musicale. Le programme s'adresse à tous les âges et les prix sont bas afin d'être accessible. 100 personnes soutiennent cet événement bénévolement, dont 34% de personnes vivant hors district. La manifestation consacre une partie de sa programmation à des artistes peu connus, en encourageant notamment les artistes à

soumettre leurs projets via internet. Par ailleurs, le degré d'efforts en termes d'accueil et d'accessibilité des handicapés est bien développé; les personnes pouvant accéder aisément en chaises roulantes.

### Degré d'attractivité : 3.65

La perception de la programmation est très appréciée par le public grâce à une programmation de haut niveau. Les remarques sont positives et encourageant à poursuivre une seconde édition. Le festival a retenu l'attention des journalistes régionaux et internationaux, et se profile déjà comme un festival de pointe dans son domaine.

Au niveau local, l'impact est très petit, mais au niveau Suisse, l'événement est unique et la reconnaissance est grande au niveau international. Le festival touche l'intérêt des journalistes et des artistes des pays européens, des Etats-Unis et du Canada. Un festival de ce type est une première. Il a touché avant tout l'intérêt international avant l'intérêt régional. La directrice voyage dans le monde entier pour présenter ce festival pointu et très spécifique. Un réel atout, également, pour la promotion touristique de la région. Le festival collabore avec un maximum d'institutions de la région et de l'étranger, et des synergies existent également avec les sociétés de flûtes du monde entier. Un réel effort en termes d'accueil des VIP a été mis en place. Une soirée VIP est notamment consacrée aux invités spéciaux avec apéritif dinatoire et accès au concert, et des packages VIP ont également été créés.

### Degré d'innovation : 4.0

Aucune autre manifestation de ce type n'est organisée dans la région, ni en Suisse. La *Côte Flûte Festival* se positionne donc comme le leader de son domaine.

Le festival fait découvrir à la population locale une richesse musicale à laquelle celle-ci ne pourrait avoir accès. La *Côte Flûte Festival* est un lieu de découvertes avec des créations suisses et étrangères, et dont 15% des concerts comportent des créations uniques.

La *Côte Flûte Festival* mise également sur les rencontres entre professionnels. Une exposition est organisée avec des fabricants de flûtes et des éditeurs. Les professionnels du milieu sont présents pour des rencontres et des conférences. Le développement en organisation et en infrastructures est très soutenu. Le festival vivait, en 2014, sa première édition. Les synergies académiques sont assez développées; le festival collaborant avec les Hautes Ecoles de Genève et de Lausanne, ainsi que des pays étrangers. En 2014, la Hollande était le pays invité et dans le cadre de leurs études, des étudiants venaient au festival.

### Population régionale : 3.4

Le degré de mise en valeur de la région est grand. La *Côte Flûte Festival* collabore avec Nyon Région Tourisme pour la promotion du festival sur leur site internet. Dans le domaine de la flûte, le festival a permis de faire découvrir Gland et la région de La Côte. La Directrice est très souvent en déplacement dans le monde entier pour promouvoir le festival et profite aussi d'y emporter des revues touristiques de la région. Elle participe à environ cinq expositions internationales par année. De plus, Nyon Région Tourisme et les villes de Gland et de Nyon sont mis en avant dans le programme du Festival avec une page qui leur est consacrée.

L'un des souhaits du festival est de développer un impact régional plus grand. Actuellement, environ 1/3 des pubs du programme sont vendus aux commerçants de la région et quelques habitants jouent le jeu en accueillant des artistes chez eux.

L'implication didactique est très développée. Le festival souhaite donner goût à la musique classique aux enfants. Des ateliers sont consacrés aux enfants mais également des contes musicaux dans les classes primaires et des visites de l'exposition sont organisées. La collaboration avec les associations de prévention est très faible. Par contre, le festival développe ses collaborations avec les associations locales sportives ou culturelles.

## JVAL OPENAIR

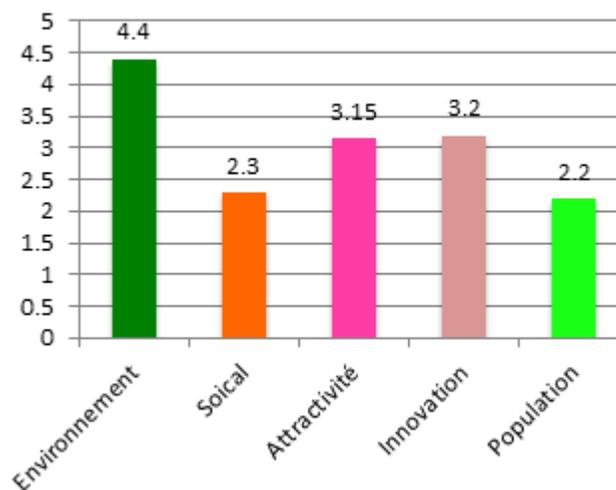
Un événement attractif extrarégional qui ne cesse de grandir !

- Un événement dynamique qui permet de faire connaître la commune de Begnins et ses spécialités à ses spectateurs.
- JVAL Openair permet de faire découvrir des musiques actuelles et de nouveaux talents suisses, mais aussi internationaux dans un environnement unique.

➤ Impact économique : CHF 94'000

➤ Impact médiatique : CHF 328'000

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 2005
- Lieu : Begnins
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée : 27-29 août 2015
- Nombre de jours: 3
- Nombre de spectateurs : 1'200
- Taux d'occupation : la capacité maximale d'accueil par soir est fixée à 1'000 personnes, soit un taux d'occupation 40%
- Nombre de bénévoles : 150, dont 30 au comité
- 10 médias différents couvrent le festival, dont 80% hors district
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Laurent Nicolas – Co-fondateur et programmateur



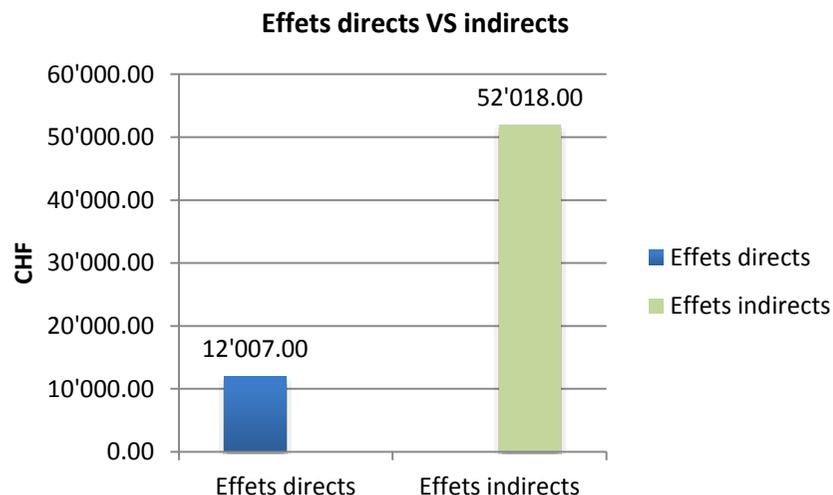
## JVAL OPENAIR: IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs se montent à environ CHF 12'000.- et les effets indirects à CHF 52'000.- pour la région.

La somme des effets directs et indirects affiche presque CHF 64'000.-; cette somme représente le revenu primaire.

Ces chiffres annoncent un festival à petit budget mais avec des retombées économiques pour la région et dont la grande majorité des collaborateurs sont bénévoles.

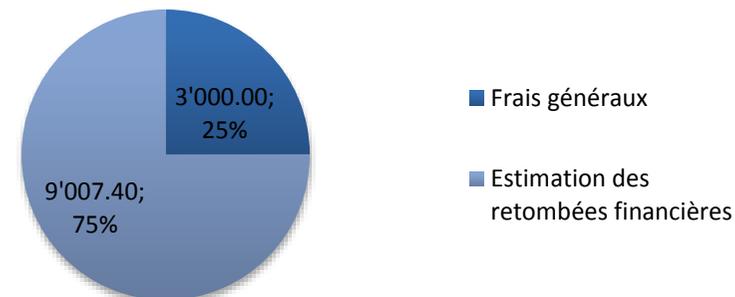


### Analyse des effets directs

Les effets directs sont proportionnellement constitués de salaires et charges sociales, de frais généraux et de retombées financières.

JVAL Openair est un évènement composé entièrement de bénévoles.

### Analyse des effets directs

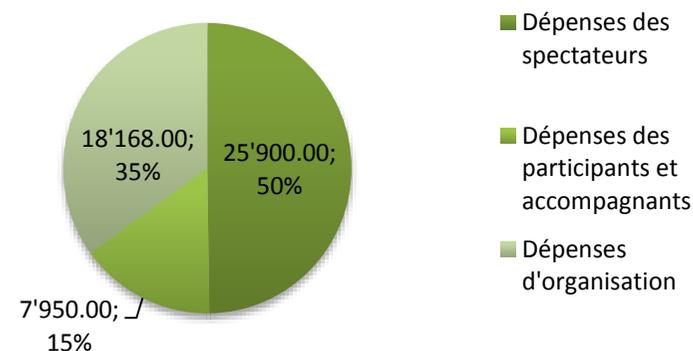


### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est composé en majeure partie des dépenses des spectateurs (50%) et des participants.

Les dépenses médias, sponsors et staff sont inexistantes; l'évènement touche l'intérêt principalement de la région.

### Analyse des effets indirects



## Analyse de la structure budgétaire

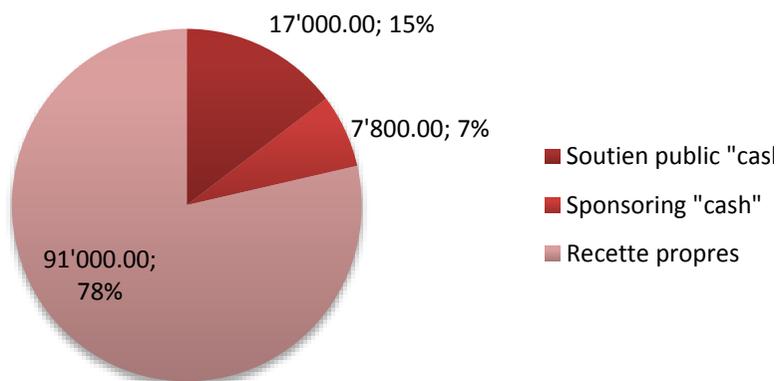
Cette structure budgétaire indique que le festival est dépendant du chiffre d'affaires F&B, de la billetterie et du merchandising. Les ressources propres constituent l'apport financier principal de l'événement.

L'apport en cash des soutiens public représente 15% et des sponsors 7%.

Le festival dépend donc de la qualité de la programmation et de l'accueil, mais également largement des conditions météorologiques.

Les soutiens en prestations publics et sponsoring ne sont pas comptabilisés.

**Analyse structure budgétaire**



### Conclusion

- *JVAL Openair* est un événement organisé à titre bénévole par le comité d'organisation
- La manifestation touche l'intérêt principalement de la région.
- Les chiffres d'affaires billetterie, nourriture&boisson et merchandising sont les principales ressources financières du festival.

## JVAL OPENAIR: IMPACT MÉDIATIQUE

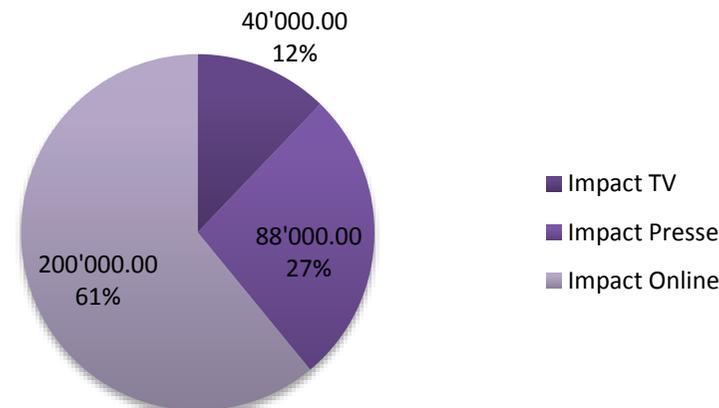
Les retombées médiatiques de CHF 328'000.- sont constituées majoritairement d'articles online (61%).

D'autres types de médias relatent également l'événement:

- Presse (27%)
- TV (12%)

Ces chiffres montrent une bonne visibilité de l'événement sur internet. *JVAL Openair* obtient des retombées médiatiques non négligeables grâce au soutien de la presse régionale.

**Détails médias**



### Conclusion

- *JVAL Openair* obtient des retombées médiatiques non négligeables grâce au soutien de la presse régionale.
- 10 médias différents couvrent le festival, dont 80% hors district
- 25 pages online et 8 articles de presse
- La manifestation est principalement visible sur internet via les pages online.

## JVAL OPENAIR: PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.4

Begnins est décentré et l'événement n'est pas assez important pour intéresser les CFF. Un système de navettes gratuites régulier au départ des gares de Nyon et Gland est mis sur pied par l'organisation. La qualité des transports publics est excellente. Les plaintes pour nuisances sonores sont faibles, car l'organisation respecte les normes audios et des zones « hors-son » sont créées. Les effets sur la faune et la flore sont peu développés. L'événement est court (3 jours), ainsi la zone terrain est très peu « tassée ». Le degré d'aménagement pour sensibiliser les personnes au développement durable lors du festival est très développé: vaisselles réutilisables, tri des déchets, co-voiturage, nettoyage de la pollution du sol.

### Critère social : 2.3

Avec un budget modeste, *JVAL Openair* permet de mobiliser une partie de la population autour d'un projet culturel et social. 75% des spectateurs résident dans le district et 75% du staff également. Cette manifestation a des incidences sociales importantes pour la commune de Begnins et du district. *JVAL Openair* a pour objectif de valoriser les jeunes talents encore méconnus. Cet événement est une plate-forme de lancement pour les artistes peu connus et permet d'apporter au public local des spectacles culturels, qu'ils n'auraient pas l'occasion de voir.

Le comité d'organisation n'est pas rémunéré. Le festival est organisé durant leur temps libre. La structure actuelle ne permet pas d'accueillir des apprentis ou de proposer des formations continues ou des programmes de médiation culturelle. Les efforts en termes d'accueil et d'accessibilité des handicapés n'ont pas été étudiés car le terrain n'est pas adapté.

### Degré d'attractivité : 3.15

*JVAL Openair* a développé son offre en matière d'accueil des VIP ou des personnalités avec un package VIP, des apéritifs, des dégustations de

produits locaux, des visites des caves de vigneron de la région et un lieu en terrasse réservé. La perception de la programmation est bonne. Le nombre de spectateurs est en augmentation. Le festival n'a pas de grandes têtes d'affiche, car le but est de mettre en avant les artistes moins connus.

L'événement est de renommée régionale en termes de spectateurs, de médias ou de staff. Cependant, *JVAL Openair* a une relative portée internationale avec quelques artistes belges, canadiens, anglais. Les synergies entre les événements existent et sont en cours de développement.

### Degré d'innovation : 3.2

Le festival offre une programmation d'artistes rares dans la région considérée et permet au public d'accéder à des artistes qui ne jouent que quelques dates. Le positionnement du festival dans la région n'est pas unique, car quelques autres institutions se positionnent sur la même thématique.

Le monde extérieur de la musique suisse est présent à la manifestation mais *JVAL Openair* n'organise pas de forums professionnels et les rencontres professionnelles se font de manière ponctuelle.

Le degré de développement de l'événement en termes infrastructurelles sur ces dernières années est très soutenu. La logistique du festival est sans cesse remise en question. Les partenariats avec les institutions académiques sont absents. *JVAL Openair* est en discussion avec l'ECAL pour imaginer l'affiche du festival pour les prochaines éditions.

### Population régionale : 2.2

Le festival met en valeur la région en collaborant avec les partenaires locaux, les hôtels et les vigneron de la région. Le célèbre lard de Begnins et le jambon à l'os sont des produits locaux mis en avant durant le festival.

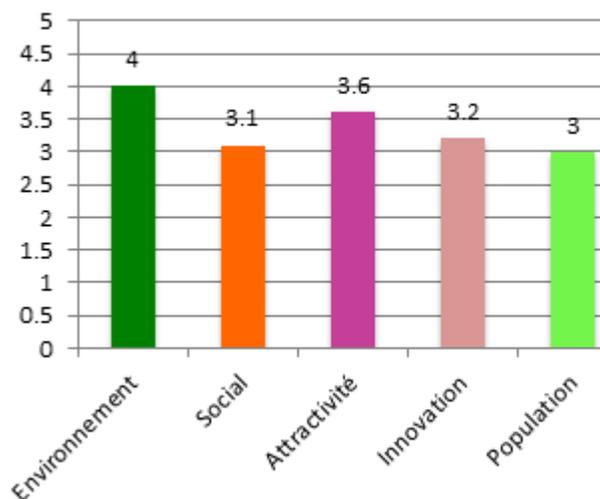
Le degré d'implication didactique du festival est faible, tout comme la collaboration avec les associations de prévention et les associations locales.

## LES VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY

Un lieu de découverte et de proximité de musique d'exception dans un décor idyllique.

- Un événement soutenu par un comité et une équipe 100% bénévoles.
  - Un festival de musique classique qui contribue à la notoriété de la commune de Tannay grâce au soutien des médias locaux et régionaux.
  - Une manifestation forte qui suscite une dynamique des locaux autour du projet.
- Impact économique : CHF 176'000
- Impact médiatique : CHF 905'000

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 2010
- Lieu : Tannay et une soirée à Gland
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée: 22-30 août 2015
- Nombre de jours: 8
- Nombre de spectateurs : 3'000
- Taux d'occupation : 80%
- Nombre de bénévoles : 60, dont 10 au comité
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Serge Schmidt - Président des Variations Musicales de Tannay



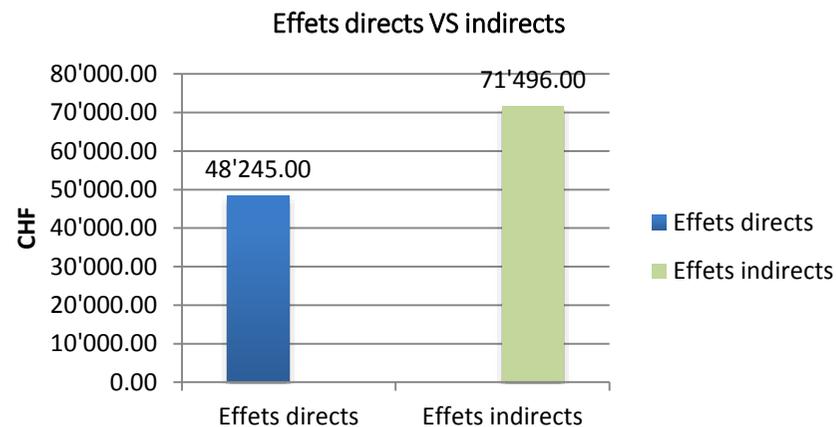
## VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY: IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs se montent à environ CHF 48'000.- et les effets indirects à CHF 71'000.- pour la région.

La somme des effets directs et indirects affiche environ CHF 119'000.-; cette somme représente le revenu primaire.

Ces chiffres présentent un festival avec des retombées économiques pour la région et dont l'entier du comité est bénévole.

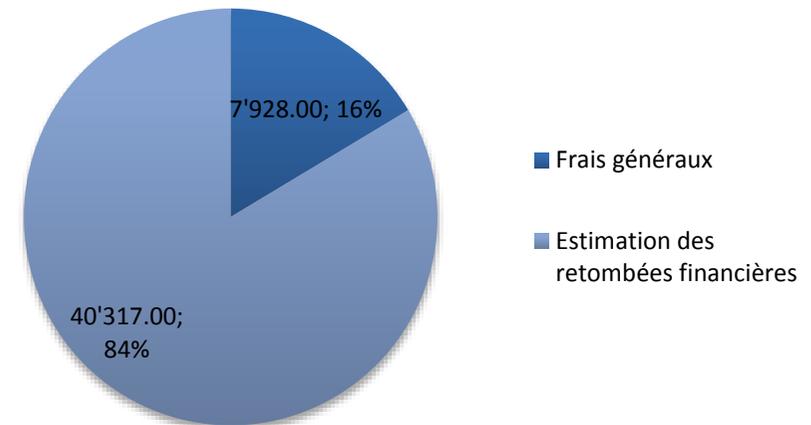


### Analyse des effets directs

Les effets directs sont constitués essentiellement de l'estimation des retombées financières directes pour la région d'environ CHF 40'000.- et des frais généraux de CHF 8'000.-.

Les salaires et charges sociales sont inexistantes, car l'entier du comité est bénévole.

### Analyse des effets directs

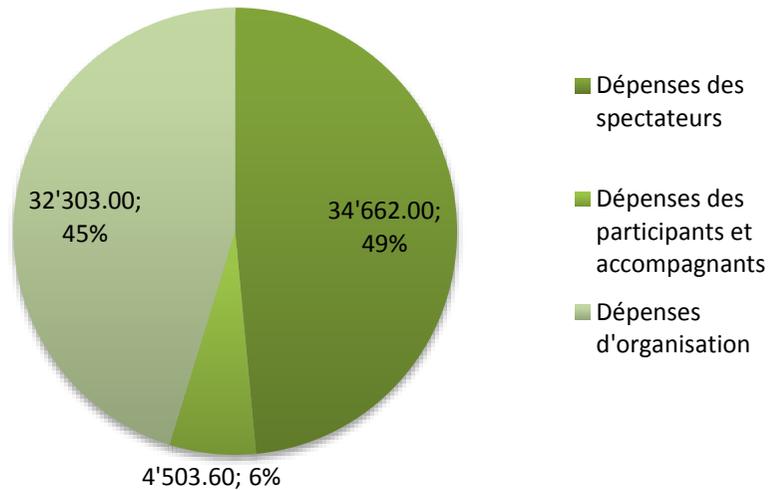


### Analyse des effets indirects

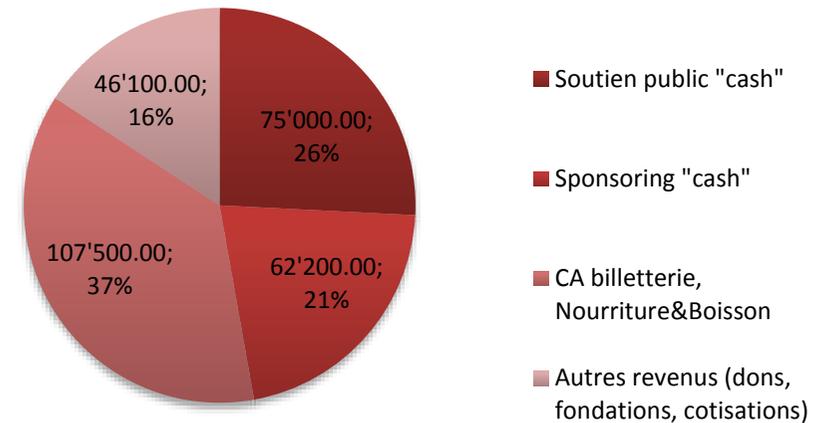
Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est composé majoritairement des spectateurs (49%) et des dépenses d'organisation (45%).

87% des artistes viennent de l'extérieur du district et 126 des artistes génèrent une nuitée pour l'hôtellerie régionale.

### Analyse des effets indirects



### Analyse de la structure budgétaire



### Analyse de la structure budgétaire

Cette structure budgétaire indique que les chiffres d'affaires de la billetterie et nourriture & boisson constituent une importante ressource financière pour le festival (37%). Attention, le chiffre d'affaires nourriture & boisson est faible car le traiteur reverse 10% de son bénéfice, soit CHF 1'500.-. Donc, le revenu principal est généré par la billetterie.

Le soutien public cash représente 26% de la structure budgétaire. Le sponsoring à 21% et les dons divers se montent à 16%

Les soutiens en prestations publics et sponsoring ne sont pas comptabilisés ; les soutiens en prestations publics sont estimés à environ CHF 20'000.- (comptabilité, RH, voirie, etc.) et CHF 3'500 en prestations sponsoring (voiture de location prêtée par le sponsor).

### Conclusion

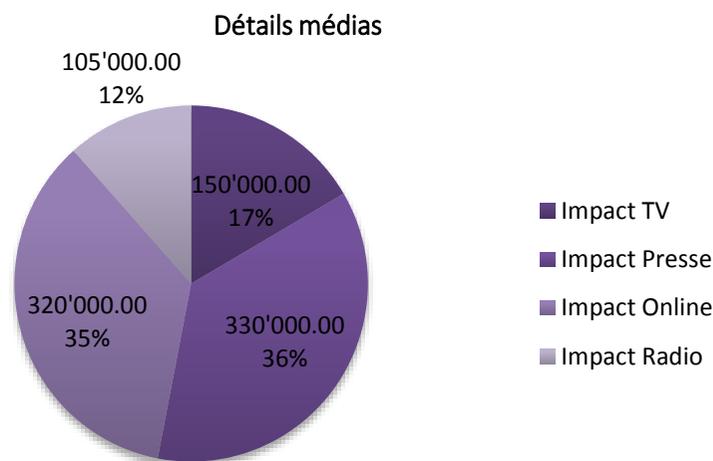
- Les *Variations Musicales de Tannay* est une manifestation soutenue par un comité de bénévoles, la masse salariale est donc inexistante.
- Le chiffre d'affaires billetterie est une importante ressource financière du festival. Le festival dépend donc de la qualité de la programmation et de l'accueil, mais également des conditions météorologiques, car l'événement est organisé en extérieur.
- Les artistes viennent principalement de l'extérieur du district, à contrario des spectateurs qui viennent essentiellement du district. C'est donc un événement qui touche l'intérêt de la population locale.

## VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY: IMPACT MÉDIATIQUE

Les retombées médiatiques, de CHF 905'000.-, sont constituées majoritairement d'articles de presse (36%) et des articles online (35%).

D'autres types de médias relatent également l'événement:

- TV (17%)
- Radio (12%)



### Conclusion

- Le festival obtient des retombées médiatiques intéressantes grâce au soutien de la presse régionale.
- 30 articles presse écrite quotidienne et spécialisée et 40 articles online.
- 15 médias différents couvrent les *Variations Musicales de Tannay*.
- Le festival contribue ainsi la notoriété de la commune.
- 13% de médias en provenance du district.

## VARIATIONS MUSICALES DE TANNAY: PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 4.0

La commune de Tannay possède une gare et des arrêts postaux. La qualité des moyens en transports publics est donc optimum, d'autant plus que la manifestation se déroule à 200 mètres de la gare.

La majorité des spectateurs viennent à pied ou en transports publics, car environ 75% des spectateurs viennent du district.

Les nuisances sonores sont quasi inexistantes. L'événement se déroule sous tente et le proche voisinage ne se plaint pas de la musique. De plus, les riverains sont avertis de la manifestation.

Quant aux atteintes à l'environnement, à la dégradation au paysage ou à la destruction de l'écosystème, tous sont inexistantes. En effet, le terrain est nettoyé et la préoccupation du tri des déchets est importante. Par contre, les actions de sensibilisation des spectateurs au développement durable sont très faibles. Les spectateurs sont écoresponsables.

### Critère social : 3.1

Les *Variations Musicales de Tannay* n'ont pas les ressources financières et humaines nécessaires à la mise sur pied d'un programme de médiation. Le festival relève toutefois une mission culturelle importante qui est de rendre accessible la musique classique au plus grand nombre en organisant, par exemple, des séances pour les enfants.

L'implication des habitants de Tannay est l'un des points clés pour la pérennité d'un événement. La manifestation attire plus de 2'250 habitants du district (75% de la population) et la totalité du staff vient aussi du district. L'identité de cette manifestation à Tannay est donc forte et suscite une dynamique des locaux autour d'un projet.

La manifestation consacre une partie de sa programmation à des artistes peu connus.

Quant au degré d'efforts en termes d'accueil et d'accessibilité des handicapés, il est assez développé. Les personnes peuvent accéder en chaises roulantes et des places leurs sont réservées. Par contre, ce point est encore à développer, car par exemple, il n'y a pas de WC handicapés.

### Degrés d'attractivité : 3.6

La portée de l'événement est essentiellement en Suisse romande, tant au niveau des médias que des artistes.

Le festival est très soucieux de créer des synergies entre les institutions culturelles du canton et de la région, tels que La Côte Flûte Festival ou Autour de Mme de Staël.

Les spectateurs qui participent aux *Variations Musicales de Tannay* apprécient la programmation. En effet, les messages que le festival reçoit sont positifs. L'augmentation de la présence des médias, chaque année, marque aussi l'intérêt pour la programmation.

Le lieu de l'événement est situé dans un cadre unique. La perception de l'accueil et de l'environnement est excellente.

Un réel effort en termes d'accueil des VIP a été mis sur pied. Une soirée VIP est consacrée aux invités spéciaux avec apéritif dinatoire et accès au concert. Des places sont également réservées aux invités durant la semaine du festival

### Degré d'innovation : 3.2

Le festival offre une programmation d'artistes qui se produisent dans les grands festivals de musique classique. L'offre est unique dans la région de Nyon. L'ambition de cette manifestation est de devenir le festival de musique classique de La Côte.

Dans un premier temps, il a été important aux *Variations Musicales de Tannay* d'asseoir le festival. La politique était d'offrir la musique classique

au public dans un lieu unique. Aujourd'hui, le festival souhaite explorer de nouvelles pistes.

Le festival ne met pas sur pied des forums d'échange pour faciliter les rencontres professionnels, mais encourage vivement les échanges entre artistes et écoliers de manière ponctuelle.

Les *Variations Musicales de Tannay* développent chaque année ses innovations infrastructurelles et organisationnelles, mais pas de manière très soutenue.

Par ailleurs, les synergies académiques sont assez développées, le festival collabore avec des institutions académiques: Conservatoire de Musique de Terre Sainte et Environs, Orchestres de Suisse romande et de Genève, etc.

### Population régionale : 3.0

L'implication des locaux est l'un des points clés de ce festival avec un nombre important de spectateurs et de bénévoles du district. Les artisans et les commerçants de Tannay jouent également le jeu.

Le festival pourrait encore développer la mise en valeur de la région en touchant un plus grand pourcentage des spectateurs hors district par exemple.

L'implication didactique est très développée. Le festival souhaite donner goût à la musique classique aux enfants. Un concert est mis sur pied pour les enfants et l'entrée est gratuite pour les enfants. Les *Variations Musicales de Tannay* accueillent également des enfants défavorisés et des écoles primaires.

La collaboration avec les associations de prévention est très faible, ainsi qu'avec les associations locales sportives ou culturelles.

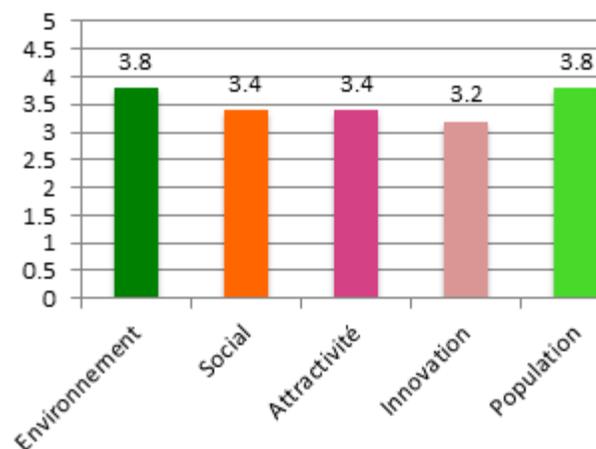
## SALLE LA PARENTHÈSE

Un lieu de découverte apprécié par les gens du district grâce à une offre de concerts gratuits et des dates parfois uniques en Suisse !

- Très forte politique sociale au sein de *La Parenthèse* ; la salle contribue à des actions de médiation culturelle tout au long de l'année.
- *La Parenthèse* obtient des retombées médiatiques non négligeables grâce au soutien de la presse régionale, soit plus de CHF 750'000 d'impact médiatique.

- Impact économique : CHF 295'000
- Impact médiatique : CHF 750'000

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 2008
- Lieu : Nyon
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée : année 2015
- Nombre de représentations: 90
- Nombre de spectateurs : 6'000
- Taux d'occupation : 100%
- Capacité de la salle : 50 places assises
- Nombre de staff : 0.75 ETP salarié et 1.00 ETP bénévole
- Nombre de bénévoles : 4
- 5 médias, dont 80% de médias en hors district.
- Personne(s) interviewée(s) :
  - Benjamin Zumstein, programmation La Parenthèse



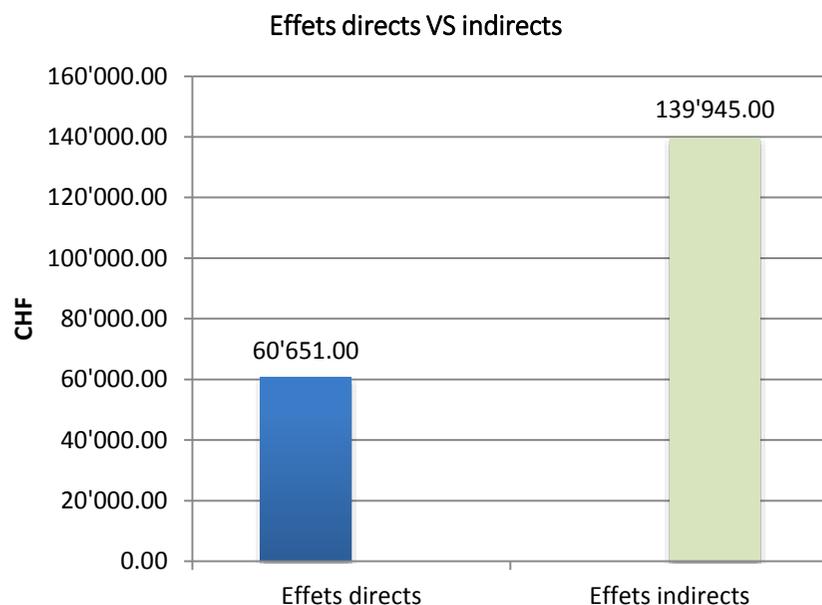
## SALLE LA PARENTHÈSE: IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs se montent à environ CHF 60'000.- et les effets indirects à CHF 140'000.- pour la région.

La somme des effets directs et indirects affiche environ CHF 200'000.-; cette somme représente le revenu primaire.

Ces chiffres annoncent une salle à petit budget mais avec des retombées économiques pour la région et dont la majorité du comité est bénévole.

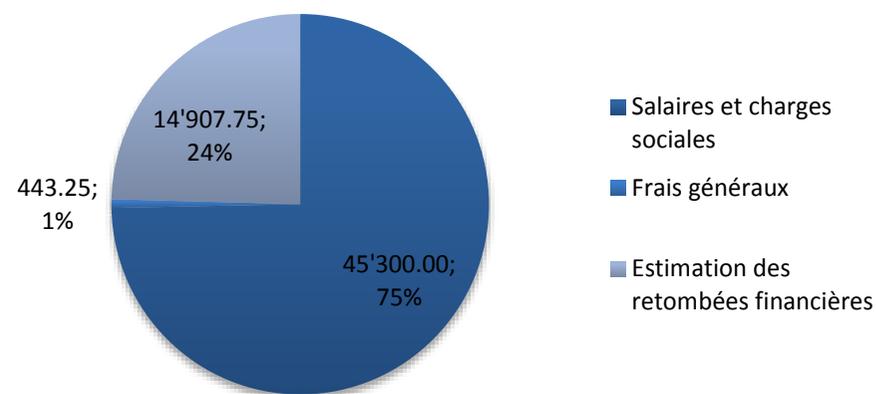


### Analyse des effets directs

Les effets directs sont constitués essentiellement de salaires et charges sociales pour la tenue du bar, soit CHF 45'300.-.

Les frais généraux sont faibles et l'estimation des retombées financières se monte à 14'907.- pour la région.

### Analyse effets directs

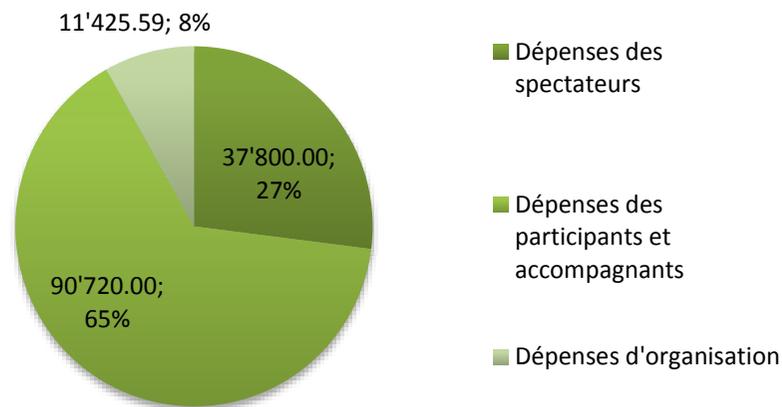


## Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est composé en majeure partie par les dépenses des participants et accompagnants (65%) et des spectateurs (27%).

80% des artistes viennent hors du district et 540 artistes génèrent une nuitée pour l'hôtellerie régionale.

Analyse des effets indirects



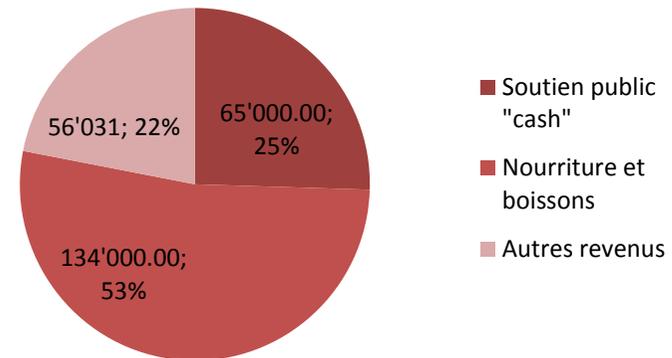
## Analyse de la structure budgétaire

Cette structure budgétaire indique que le chiffre d'affaires de nourriture & boisson constitue une importante ressource financière pour la salle (53%).

La salle n'a pas de chiffres d'affaires billetterie, car l'entrée est gratuite.

Le soutien public cash représente 25% de la structure budgétaire, et les dons divers et événements externes (ex: tenue d'un stand durant Paléo Festival) se montent à 22%.

Analyse structure budgétaire



### Conclusion

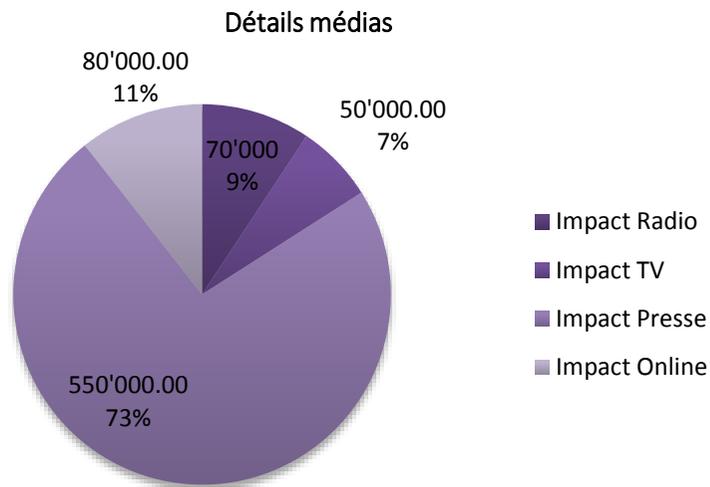
- *La Parenthèse* est soutenu par un comité de bénévoles, la masse salariale est donc faible.
- La salle a une renommée extrarégionale et même internationale avec des artistes du monde entier.
- Le chiffre d'affaires nourriture & boisson est la principale ressource financière de la salle.

## SALLE LA PARENTHÈSE: IMPACT MÉDIATIQUE

Les retombées médiatiques, de l'ordre de CHF 750'000.-, sont constituées majoritairement d'articles de presse (73%).

Les autres types de médias relatent les événements de manière marginale, à savoir :

- Radio (9%)
- TV (7%)
- Pages online (11%)



### Conclusion

- *La Parenthèse* obtient des retombées médiatiques non négligeables grâce au soutien de la presse régionale.
- 50 articles presse écrite quotidienne et spécialisée.
- 5 médias, dont 80% de médias en hors district.

## SALLE LA PARENTHÈSE: PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 3.8

La salle *La Parenthèse* est située au centre-ville de Nyon, à seulement quelques minutes à pied de la gare. La qualité des transports publics en place desservant le festival est donc excellente. La majorité des spectateurs viennent à pied, car environ 70% vivent dans le district.

Les événements provoquent très peu de nuisances sonores. La salle est au sous-sol dans un caveau, et des portes anti-bruit ont été installées; les plaintes sont quasi inexistantes.

De même, les atteintes à l'environnement, à la dégradation du paysage ou à la destruction de l'écosystème, sont inexistantes car la salle était déjà existante.

La préoccupation au tri des déchets est importante mais les actions de sensibilisation des spectateurs au développement durable sont très faibles.

### Critère social : 3.4

L'attention portée aux métiers de la culture et de la scène est quelque peu développée pour une petite structure de cette taille. Être actif en tant que bénévole dans le comité de *La Parenthèse* a donné goût à certains d'évoluer dans le milieu de la production et du booking d'artistes et d'en faire leurs métiers.

La salle est une rampe de lancement pour les artistes peu connus. De plus, *La Parenthèse* prête ses locaux aux associations, à des groupes avec coachs et à des activités d'animations pour les enfants. La salle contribue donc à des actions de médiation culturelle.

Le nombre de bénévoles est faible mais ceci est dû à la petite structure de la salle avec seulement 50 places. L'accès à la salle est inadapté aux personnes handicapées et le degré de risques liés à la sécurité et aux incivilités est quasi inexistant. Le système anti-incendie a récemment été remplacé et la police n'intervient jamais.

### Degré d'attractivité : 3.4

Les artistes proviennent à part égale de Suisse (1/3), d'Europe (1/3) et hors Europe (1/3). La salle de 50 places donne ainsi une attention importante aux groupes suisses mais aussi internationaux.

La salle se veut être un lieu rassembleur et familial, les invités sont traités comme tout le monde sans packages spécial VIP.

La perception de la programmation est bonne. La salle est très souvent pleine. Le festival n'a pas de grandes têtes d'affiche, car le but est de mettre en avant les artistes moins connus en répondant ainsi à une demande et des styles de musique moins traditionnels.

La salle est de renommée régionale en termes de spectateurs, de médias ou de staff. Cependant, *La Parenthèse* a une portée internationale en ce qui concerne les artistes.

Les synergies entre les événements sont très développées avec par exemple, Visions du Réel, Paléo Festival, Festival à Baden, des invitations à des discussions, etc.

### Degré d'innovation : 3.2

La salle offre une programmation annuelle d'artistes rares dans la région considérée, permettant au public d'accéder à des artistes qui ne jouent que quelques dates. Le positionnement de la salle dans la région n'est pas

unique, car quelques autres institutions se positionnent sur la même thématique.

Les rencontres professionnelles se font ponctuellement, car il n'y pas de forums d'échanges organisés mais les professionnels de la musique sont souvent présents à La Parenthèse.

Le degré de développement de la salle en termes infrastructurelles sur ces dernières années est très soutenu. Toute la technique a récemment été remplacée.

Les partenariats avec les institutions académiques sont assez développés.

### Population régionale : 3.8

La salle met en valeur la région. Les artistes étrangers ou hors région sont invités dans les restaurants de la région et selon leurs envies, une visite de la ville et des alentours est organisée avec le comité de *La Parenthèse*.

*La Parenthèse* collabore également avec les partenaires locaux, les hôtels et les vigneron de la région. La salle reçoit également des dons de la population. La provenance des spectateurs marque l'intérêt des gens de la région, soit plus de 70% venant du district.

*La Parenthèse* essaie de développer au mieux son implication avec les écoles et collabore beaucoup avec les associations et institutions locales. Par contre, la collaboration avec les associations de prévention est très faible.

## LE THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP

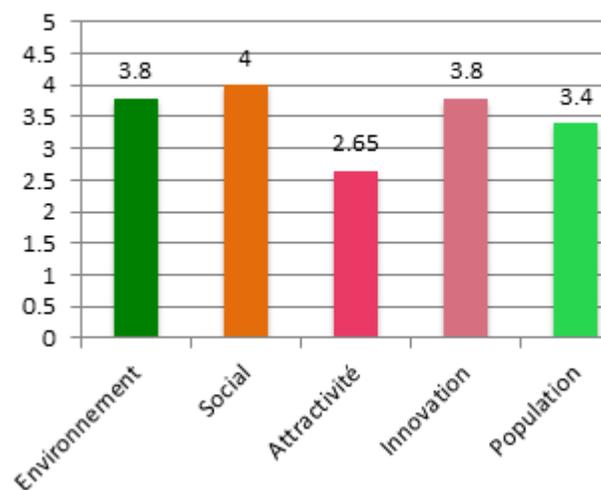
### Un théâtre au service de sa population

- 90% des spectateurs vivent dans la commune de Gland.
- Le Théâtre de Grand-Champ est une institution dépendant des subventions. La Ville prend à sa charge l'ensemble des charges du bâtiment qui lui appartient, soit 65% de la structure budgétaire.
- Un développement organisationnel et infrastructurel très soutenu. Le Théâtre de Gland a subi de gros travaux ces trois dernières années.

➤ Impact économique : CHF 781'000.-

➤ Impact médiatique : CHF 4.4 millions

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création du service avec les 3 nouvelles thématiques depuis 2014 : cinéma, jeune public et concerts de musiques actuelles ; et depuis 15 ans : concerts classiques et saison théâtrale (spectacles et humour)
- Lieu : Gland
- Type d'organisation : Ville de Gland
- Edition analysée : Saison 15/16
- Nombre de représentations: 43
- Nombre de spectateurs : 8'230
- Taux d'occupation : 62% théâtre, 71% concerts classiques, 55% jeune public, 18% cinéma et 34% musiques actuelles
- Capacité de la salle : 372 places
- Nombre de staff : l'équipe technique fixe du théâtre (1,4 EPT) + pool d'auxiliaires techniques (équivalent à 0,52 EPT). L'équipe administrative et artistique (promotion, communication, programmation et organisation) = 0,6 EPT. Soit, un total de 2,52 EPT
- Nombre de bénévoles : 16
- 35 médias différents couvrent la salle par année, dont 30% hors district.
- Personnes interviewées :
  - Sandrine Faure, Cheffe de Service de la Culture

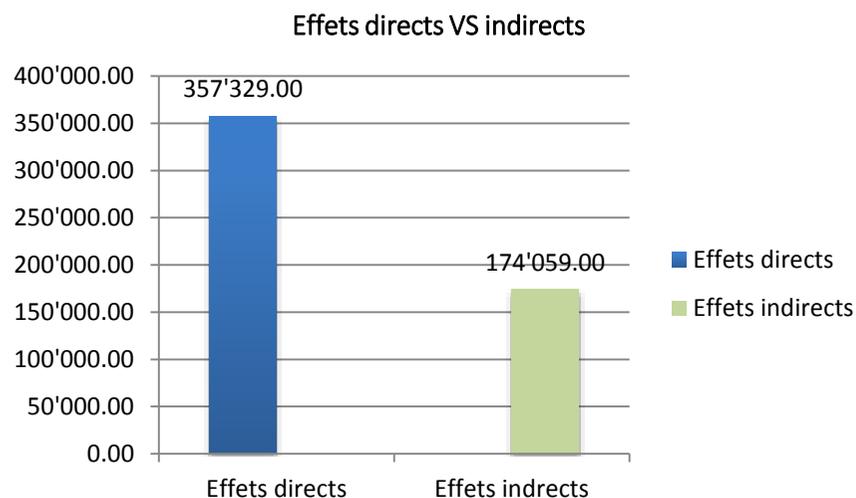


## LE THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs sont supérieurs aux effets indirects. Les effets directs se montent à CHF 357'329 et les effets indirects à CHF 174'059. Ce faible effet indirect est essentiellement dû au fait que 90% des spectateurs proviennent du district.

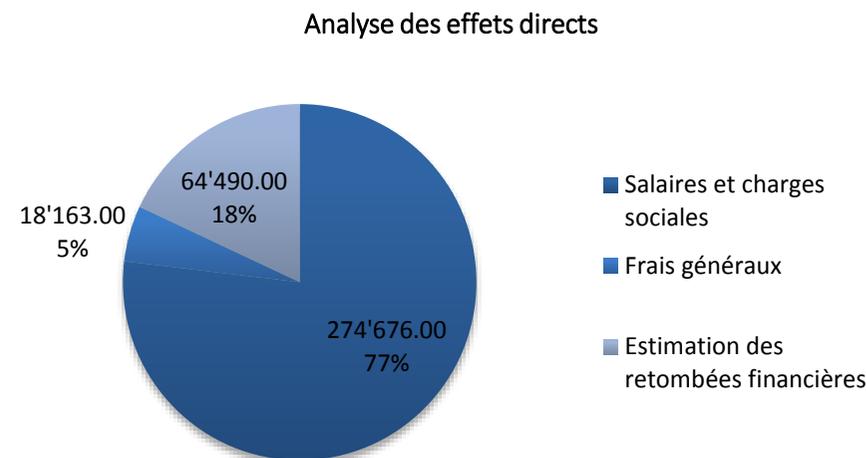
La somme des effets directs et indirects affiche plus de CHF 530'000 francs; cette somme représente le revenu primaire.



### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (77%). Ce chiffre important est dû au fait que 94% des employés résident dans le district considéré.

L'estimation des retombées financières représente 18% des effets directs et les frais généraux 5%.

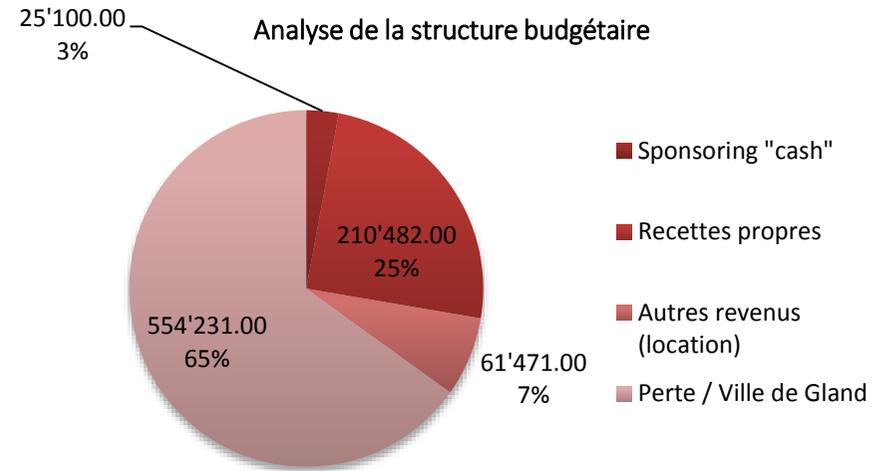
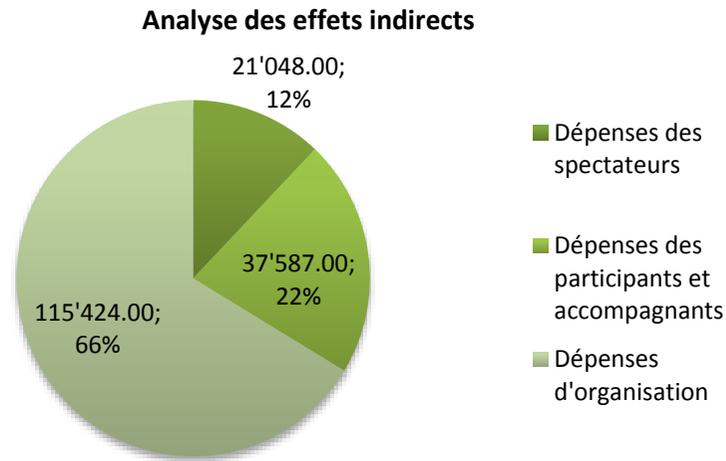


### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est essentiellement composé des dépenses d'organisation (66%) car 85% des fournisseurs proviennent du district.

Les dépenses des participants et accompagnants représentent 22% des effets indirects et les dépenses des spectateurs se montent seulement à 12%.

Dans cette étude, les dépenses des locataires de la salle ne sont pas prises en compte lors du calcul des effets indirects.



### Analyse de la structure budgétaire

Les recettes propres (CA billetterie et CA nourriture & boisson) de la salle se montent à 25% de la structure budgétaire. Le soutien sponsoring est faible, soit 3%.

La salle totalise une perte de CHF 554'231. Etant donné que le bâtiment appartient à la ville, l'ensemble des charges du lieu est payé par la Ville. Le Théâtre de Grand-Champ ne reçoit donc pas de subventions publiques.

D'autres revenus spécifiques à la salle est le chiffre d'affaires de location qui s'élève à 25% de la structure budgétaire.

### Conclusion

Les effets directs sont plus conséquents que les effets indirects, car seulement 10% des spectateurs proviennent de l'extérieur du district.

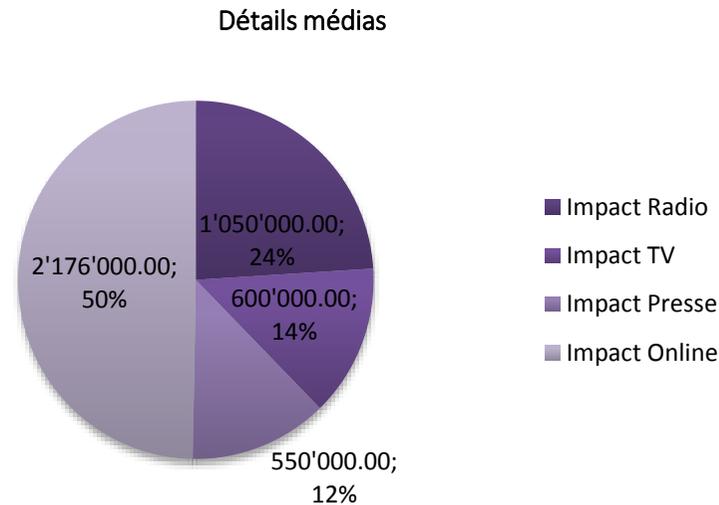
Les effets indirects sont essentiellement composés des dépenses d'organisation.

Le Théâtre de Grand-Champ est une institution dépendante des subventions. La Ville prend à sa charge l'ensemble des charges du bâtiment qui lui appartient.

## LE THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP : IMPACT MÉDIATIQUE

Le tableau représente le rayonnement du Théâtre de Grand-Champ, ainsi que de la région dans laquelle est implantée la salle. Les retombées médiatiques, environ 4.4 millions de francs, dont seulement 30% hors du district, sont constituées majoritairement d'articles online, soit 50%.

Quant aux passages radio, l'impact représente 24% des médias utilisés. Suivi du canal TV (14%) et de la presse écrite (12%).



### Conclusion

- Le Théâtre de Grand-Champ bénéficie d'un rayonnement online intéressant.
- Les chaînes de TV régionales et nationales s'intéressent au Théâtre de Grand-Champ.
- 35 médias différents couvrent la salle par année, dont 30% hors district.
- 50 articles de la presse écrite quotidienne et spécialisée.

## THÉÂTRE DE GRAND-CHAMP : PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 3.8

La gare est située à 10 minutes à pied. Un arrêt de bus est proche de la salle mais la fréquence des bus en fin de journée n'est pas optimale. Environ 30% des spectateurs utilisent les transports publics pour accéder à la salle et 70% à en voiture. D'autant plus que le Théâtre de Grand-Champ est proche de l'autoroute et donc facile d'accès en voiture avec un grand parking. Les nuisances sonores sont inexistantes. Les atteintes à l'environnement, à la dégradation au paysage ou à la destruction de l'écosystème, sont aussi inexistantes.

Le Théâtre de Grand-Champ porte une attention toute particulière à la gestion du tri des déchets. Un concept pour le bar a été mis en place. La salle essaie d'acheter local et artisanal. Elle met aussi l'importance sur l'utilisation d'un système de consignes. Le but : éliminer les déchets verres et plastiques. La salle met tout en œuvre pour que le spectateur soit écoresponsables.

### Critère social : 4.0

Le Théâtre de Grand-Champ accueille des stagiaires qui s'intéressent aux métiers artistiques et techniques. La salle accueille également des groupes en résidences pour leur proposer des conseils et les entourer professionnellement. Des ateliers d'arts vivants et des ateliers pédagogiques sont organisés afin de se familiariser avec les métiers de la scène.

Le Théâtre de Grand-Champ est également actif dans la médiation culturelle. La salle propose des concerts gratuits « After Work » destinés à offrir une scène à des jeunes groupes. Des actions découvertes sont proposées. Le Théâtre consacre beaucoup d'importance à mettre en avant

les artistes peu connus. C'est l'une de ses missions: offrir une visibilité aux artistes.

La programmation touche un public large. En effet, différentes thématiques sont proposées afin de toucher tous les publics : cinéma, humour & théâtre, musiques actuelles et classiques, littérature.

Quant à l'accueil des personnes handicapées, les installations sont bonnes et le potentiel de débordement est inexistant.

### Degré d'attractivité : 2.65

Le Théâtre de Grand-Champ reçoit beaucoup de retours positifs de sa programmation. Les spectateurs les remercient de la qualité offerte et le nombre de spectateurs est en augmentation. Un gros travail est réalisé par l'organisation de la salle sur la qualité et l'accessibilité des choix.

La perception de l'accueil et de l'environnement est bonne. La salle reçoit également des retours positifs sur l'ambiance conviviale qui y règne. Néanmoins, le seul bémol est peut-être l'extérieur du bâtiment et sa signalétique. Un point sur lequel le Théâtre de Grand-Champ travaille.

La portée de la salle est avant tout régionale. 90% des spectateurs viennent du district. L'un des buts du Théâtre de Gland est de s'adresser à la population du district, de susciter la discussion et la curiosité des gens sans devoir sortir du district. Les artistes viennent principalement de Suisse romande ou France voisine.

Il existe des connexions avec d'autres institutions : les écoles primaires et secondaires, d'autres salles de théâtre, Visions du Réel. Une des volontés de la salle est d'être un propulseur de culture, de créer des partenariats avec d'autres festivals afin que la population du district puisse être plus proche des événements extérieurs.

Il n'y a pas d'efforts particuliers faits pour accueillir les VIP. Par exemple, des abonnements seront distribués aux sponsors mais ils seront traités comme tout le monde.

### Degré d'innovation : 3.8

Les théâtres de Rolle, Morges, Nyon et Gland proposent des programmations différentes. Le but est de créer des synergies entre les salles, le public-cible étant relativement semblable.

Le Théâtre de Grand-Champ porte une attention particulière à mettre en avant les talents méconnus.

La salle développe quelques moments d'échanges entre artistes et futurs artistes, ou artistes et écoliers. Elle accueille des résidences et développe des ateliers arts vivants et des ateliers pédagogiques.

Le degré de développement de la salle en termes infrastructurels et organisationnels est très soutenu depuis 3 ans, notamment en termes d'équipements de la salle, équipements technique, et professionnalisation de la structure.

### Population régionale : 3.4

Le Théâtre de Grand-Champ met en valeur la région en collaborant avec les partenaires locaux, les vigneron et l'office du tourisme. 85% des fournisseurs viennent du district, la salle porte une attention particulière à acheter local.

La population s'implique. En participant en tant que bénévoles, spectateurs (90% du district), mais aussi en participant financièrement aux soirées de musique classique. Les associations locales collaborent également avec le Théâtre de Grand-Champ.

Le Théâtre de Gland organise des ateliers pédagogiques et des arts vivants où les élèves peuvent ainsi découvrir le monde du spectacle. Le théâtre ne collabore pas avec des associations de prévention.

## CASINO THÉÂTRE DE ROLLE

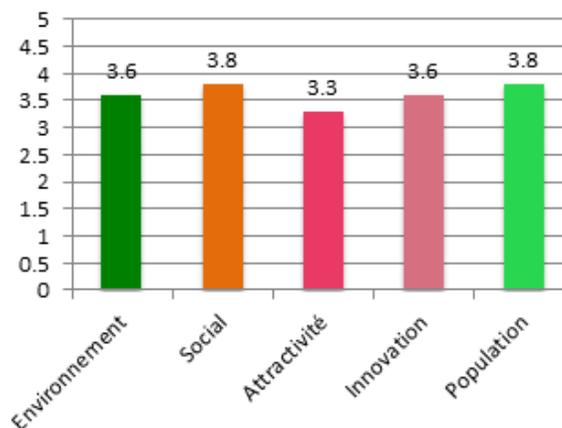
### Une salle régionale attractive qui ne cesse de grandir !

- Un souffle nouveau au Casino Théâtre de Rolle. La salle offre une saison de spectacles dans sa programmation depuis 5 ans.
- Le Casino Théâtre de Rolle est une institution dépendante des subventions : 76% de la structure budgétaire provient du soutien public.
- Un impact médiatique d'environ 5.6 millions : la communication est principalement axée sur les canaux TV et Radio.
- Un développement organisationnel et infrastructurel très soutenu. Le Casino Théâtre de Rolle évolue et développe son offre, et aussi différentes synergies et actions environnementales.

➤ **Impact économique : CHF 369'500.-**

➤ **Impact médiatique : CHF 5.6 millions**

### Résumé des notes de critères qualitatifs



### Informations clés :

- Date de création : 2000
- Lieu : Rolle
- Type d'organisation : Association
- Edition analysée : Saison 15/16
- Nombre de représentations: 39 + 3 entrées libres
- Nombre de spectateurs : 5'950
- Taux d'occupation : 70%
- Capacité de la salle : 219 personnes & jauge réduite à 175 pour les spectacles visuels
- Nombre de staff : 1.4 ETP administratif et 0.7 ETP pour la technique
- Nombre de bénévoles : 16
- 15 médias différents couvrent la salle annuellement, dont 50% hors district
- Personnes interviewées :
  - Marie-Claire Mermoud, Directrice
  - Yannick Joly, Administrateur et Chargé de la médiation culturelle



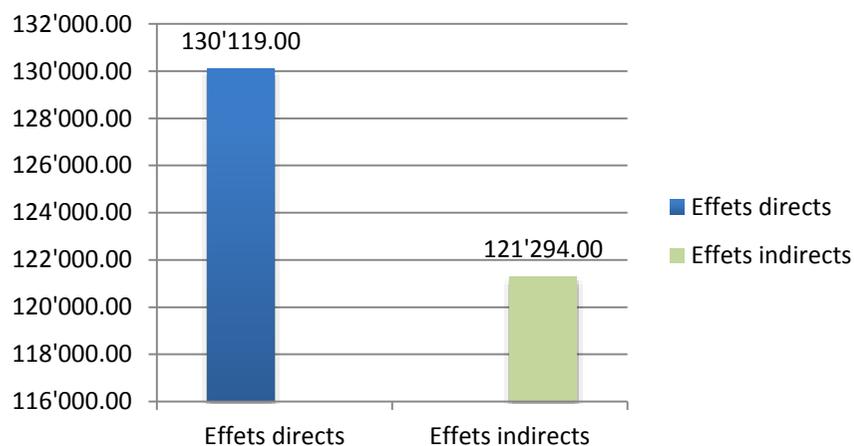
## CASINO THÉÂTRE DE ROLLE : IMPACT ÉCONOMIQUE

### Effet direct VS Effet indirect

Les effets directs et indirects sont quasi égaux. La moitié des spectateurs proviennent de la région.

La somme des effets directs et indirects affiche plus de CHF 251'000 francs; cette somme représente le revenu primaire.

Effets directs VS indirects

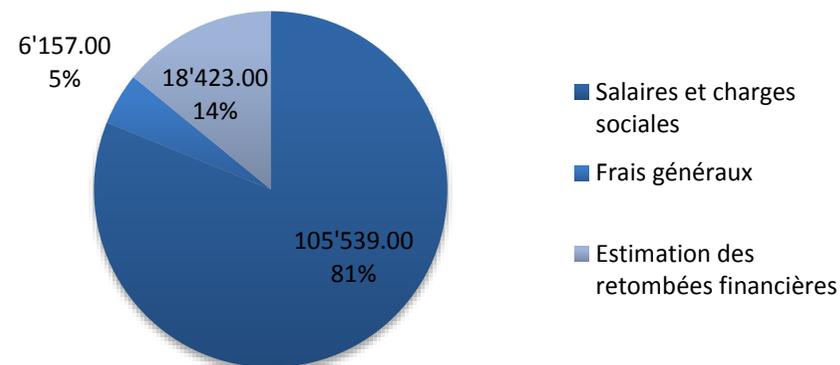


### Analyse des effets directs

Les effets directs sont essentiellement constitués des salaires et des charges sociales (81%). D'autres chiffres intéressants sont pris en compte, avec notamment 80% des employés résidant dans le district considéré.

L'estimation des retombées financières représente 14% des effets directs et les frais généraux 5%.

Analyse des effets directs



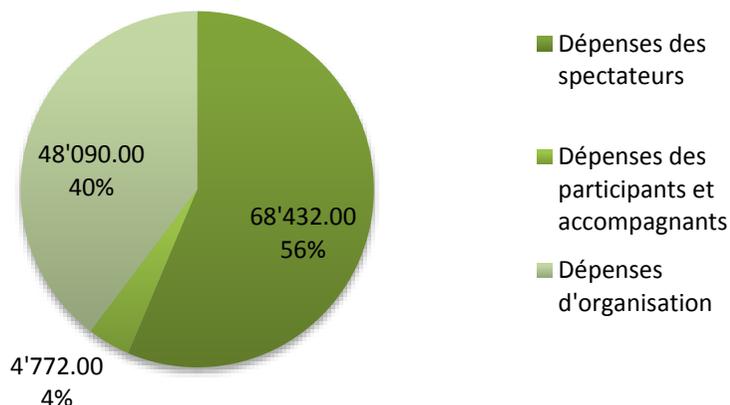
### Analyse des effets indirects

Le revenu régional résultant des dépenses effectuées auprès des sociétés locales est essentiellement composé des dépenses des spectateurs (56%). L'événement accueillait, en 2015, 53% de spectateurs en provenance de l'extérieur du district.

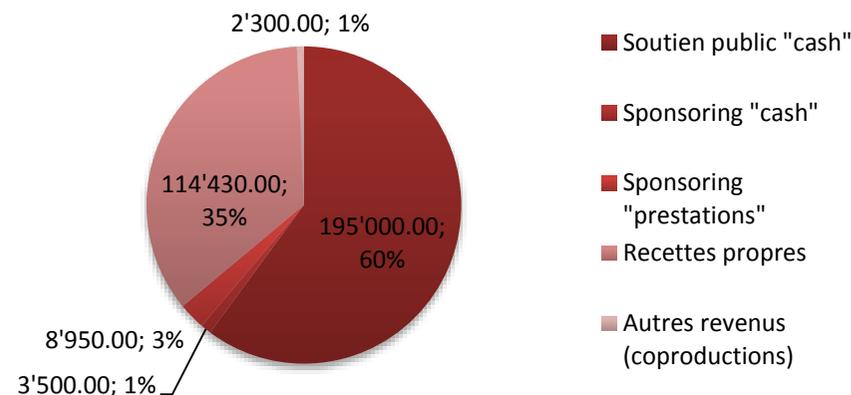
Les dépenses d'organisation représentent 40% des effets indirects; 80% des fournisseurs proviennent du district.

Les dépenses des participants et accompagnants sont faibles. Ils viennent principalement de Suisse romande ou de France voisine.

Analyse des effets indirects



Analyse de la structure budgétaire



### Analyse de la structure budgétaire

Cette structure budgétaire indique un intérêt fort de la part de la région et du canton. 60% de la structure budgétaire est composée de soutiens financiers publics et de prestations.

Les recettes propres (CA billetterie et nourriture & boisson) réalisées par la salle s'élèvent à 35% du budget.

L'apport en cash des sponsors se monte à 1% et en prestations à 3%..

Le soutien public en « prestations » (montant de CHF 165'300) n'a pas été ajouté à la structure budgétaire de l'étude, car cette estimation n'est pas comptabilisée dans les comptes du Casino Théâtre de Rolle.

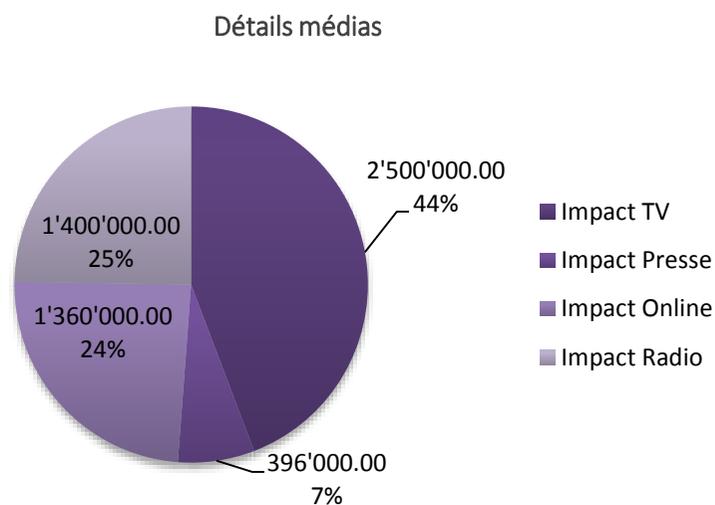
### Conclusion

- Les effets directs et indirects sont quasi égaux. La moitié des spectateurs proviennent de la région.
- Les effets indirects sont essentiellement composés des dépenses de spectateurs et d'organisation.
- Le Casino Théâtre de Rolle est une institution dépendante du soutien public.

## CASINO THÉÂTRE DE ROLLE : IMPACT MÉDIATIQUE

Le tableau représente le rayonnement du Casino Théâtre de Rolle ainsi que de la région dans laquelle est implantée la salle.

Les retombées médiatiques, environ 5.6 millions de francs, sont constituées majoritairement de passages radio, TV et d'articles Online. La presse est moins utilisée, soit 7%.



### Conclusion

- Le Casino Théâtre de Rolle bénéficie d'un rayonnement TV intéressant.
- Les chaînes de TV régionales et nationales s'intéressent au Casino Théâtre de Rolle.
- 15 médias différents couvrent la salle annuellement, dont 50% hors district
- Plus de 170 articles sont dans les nouvelles en ligne.

## CASINO THÉÂTRE DE ROLLE: PERCEPTION QUALITATIVE

### Action sur l'environnement : 3.6

La qualité des transports publics en place desservant Rolle sont excellents. Chaque 30 minutes, des trains partent ou arrivent en direction de Genève et de Lausanne. Un arrêt de bus est situé à 5 minutes à pied du Casino Théâtre de Rolle.

Malgré que la salle soit très bien desservie, la grande majorité des spectateurs viennent en voiture. Il est difficile de déplacer une famille entière en transport public. Une opération mobilité douce avait été mise sur pied entre les différentes salles de la région, mais n'a pas été convaincante. Les nuisances sonores sont inexistantes. Il est très rare que la salle engendre ce genre de nuisances, peut-être une fois par année lors d'un concert sur la terrasse.

Les atteintes à l'environnement, à la dégradation au paysage ou à la destruction de l'écosystème, sont très faibles et même quasi inexistantes. Des personnes jettent encore des cigarettes dans le lac à proximité de la salle. Des cendriers ont donc été posés. La volonté de la salle et de sensibiliser les spectateurs sur ce point.

La préoccupation au tri des déchets est très élevée, le Casino Théâtre de Rolle propose des vaisselles composables, met en place des poubelles de tri et développe encore un projet de gobelets réutilisables.

### **Critère social : 3.8**

Le Casino Théâtre de Rolle est très actif dans la médiation culturelle et développe à l'année un programme pour le jeune public, les élèves du gymnase, les seniors, et des représentations traduites en langue des signes.

La programmation touche un public large, les gens entre 35-70 ans, les personnes âgées, les familles et les jeunes publics.

Le but premier de la salle est de permettre aux artistes professionnels régionaux et romands de la région de se produire.

Pour les personnes handicapées, une installation a été réalisée pour améliorer leur accueil, des places sont réservées et des WC accessibles en fauteuil

Le potentiel de débordement est inexistant. Il n'y a pas d'incivilités dans l'enceinte et aux alentours de la salle.

Une petite équipe de deux personnes gère le Casino Théâtre de Rolle. L'attention portée à la formation et à l'apprentissage est peu développée, car ils n'ont ni la place, ni les ressources pour accueillir des personnes en formation. L'équipe technique reçoit parfois des stagiaires d'observation.

### **Degrés d'attractivité : 3.3**

La programmation est bonne. L'augmentation de la fréquentation ne fait que croître. La salle reçoit des retours positifs sur la diversité de sa programmation.

Le public apprécie également l'ambiance et l'accueil du Théâtre de Rolle. Les bénévoles habitent à Rolle et dans la région. Le partage entre bénévoles et spectateurs est donc familier. Des efforts en transformation ont été réalisés dans la salle et seront apportés encore au foyer.

Le Casino Théâtre de Rolle a également des synergies avec la bibliothèque de Rolle, l'Usine à Gaz, le Théâtre de Grand-Champ, le FAR° mais aussi Prosenectute Vaud, les écoles, Sourds et Culture, les Mardis du 05, Sésame, l'USDAM, etc.

Le Casino Théâtre de Rolle reçoit très peu de demandes en termes d'accueil VIP et des personnalités. La salle offre ainsi une proximité entre les artistes et le public.

### **Degrés d'innovation : 3.6**

Les théâtres de Rolle, Morges, Nyon et Gland proposent des programmations différentes. Le but est de créer des synergies entre les salles, le public-cible étant relativement semblable.

L'importance d'utiliser la salle comme lieu de découvertes est très développée et c'est l'un de ses objectifs.

Le Casino Théâtre de Rolle développe sa plateforme d'échange au sein du Pool des théâtres romands. Elle accueille également des rencontres techniques et des séances de formations. L'un des objectifs est de favoriser le regroupement des Théâtres Romands.

Le degré de développement de la salle en termes infrastructurels est très soutenu : achat de gradins, l'équipement son a totalement été changé, installation d'un projecteur de haute qualité et le parc lumière a également été enrichi.

Au niveau de l'organisation, le degré de développement a aussi été très soutenu ces dernières années. Au départ, la directrice était seule à 50%. Aujourd'hui, le nombre de collaborateurs en administration et technique a doublé et évolue encore.

Les partenariats entre la salle et les institutions académiques sont pour le moment quasi inexistantes.

### Population régionale : 3.8

Le Casino Théâtre de Rolle met en valeur la région en collaborant avec les partenaires locaux, les vignerons et l'office du tourisme la mention de la région et de la commune sont présents sur tous les supports de communications.

La population s'implique avec notamment les commerçants, l'imprimeur, les vignerons ainsi que les associations locales. Les bénévoles vivent à Rolle et dans la région.

Le Casino Théâtre de Rolle organise des représentations scolaires, les artistes se déplacent parfois dans les classes. Les élèves peuvent ainsi découvrir le monde du spectacle. Des projets d'arts visuels sont également exposés dans le foyer de la salle.

Le théâtre ne collabore pas avec des associations de prévention.



## CONTACT

GRÉGORY SAUDAN  
*Consultant indépendant*

Email : [gregorysaudan@gmail.com](mailto:gregorysaudan@gmail.com)  
Mobile : +41 79 349 37 43