

Gagner (ou perdre) de l'argent avec la culture.

Vincent Sager

Forum culture et économie

Berne, 17 mars 2016.

Profil.

Opus One.

Fondée en 1992

Siège à Nyon, rayonnement national

20 collaborateurs permanents, de nombreux renforts occasionnels

Quatre activités principales: promoteur, agent, producteur,
gestionnaire de salles de spectacles

120 à 150 événements par an

250'000 à 300'000 spectateurs par an.

Constat.

Parfois de la méfiance entre privés et institutionnels

Méconnaissance réciproque

Peu ou pas de PPP.

Marché suisse.

SMPA - swiss music promoters association

34 membres

314 ETP

1639 manifestations

4.9 millions de visiteurs

3.3 millions de billets vendus

300 + millions de CA

Billet moyen 80 CHF

Marché suisse.

Tendance à la surchauffe et à l'explosion de l'offre

Entre 2008 et 2014 au sein de la SMPA:

+ 600 manifestations par an

+ 700'000 billets par an

+100 millions de CA par an.

Industrie globalisée.

Un artisanat né dans les années 60

Devenu une industrie au tournant des années 2000

Des acteurs globaux: CTS Eventim (All), AEG (USA) et Live Nation

Live Nation en 2015:

63 millions de spectateurs

25'000 concerts

7.2 milliards USD de CA.

Modèle économique.

Offre et demande

Fluctuation des tarifs et des cachets

Forte spéculation

Nombreuses exclusivités

Augmentation de l'offre

Parallèle avec le marché de l'art.

Financement.

Financement à 90% par la billetterie

Absence d'aides publiques

Présence possible de sponsoring, mais nombreuses restrictions.

Mission.

Mettre en relation artistes et publics

Dans un périmètre défini

Remplir les salles

Décider selon des critères objectifs

Entretenir ses réseaux.

Expositions.

Près de 450'000 visiteurs cumulés à Genève

Conditions d'accueil exigeantes

Coûts élevés

Modèle économique particulier.

120'' présente la Suisse.

145 représentations en Suisse

Plus de 80'000 spectateurs

Financement public-privé

Motivant, y compris pour les autres acteurs de la scène romande.

Merci de votre attention.