



- 📍 175 Salles de Concert et Festivals à but non lucratif dans **20 cantons** et **3 régions linguistiques**
- 📍 PETZI défend la musique live & le bénévolat et encourage les formations.
 - 📍 PETZI propose une billetterie à but non lucratif.
 - 📍 ... tout ça depuis **20 ans**
- 📍 2014... **2'266'340 spectateurs** ont fréquenté les lieux membres de PETZI.
 - 📍 **4033 collaborateurs** embauchés.
 - 📍 **17321 bénévoles** engagés.
 - 📍 **11314 concerts** programmés.
 - 📍 **21875 artistes** se sont produits lors de ces événements.



Merci et bravo à nos membres pour ce qu'ils font pour la culture!



VERBAND SCHWEIZER MUSIKCLUBS UND FESTIVALS

FEDERATION SUISSE DES CLUBS ET DES FESTIVALS DE MUSIQUES ACTUELLES

RAPPORT DE LA PREMIERE CONFERENCE SUISSE DES MUSIQUES ACTUELLES

Impact des salles de concert
et des festivals sur le paysage social,
culturel et économique suisse

Sommaire¹

- 5 Introduction
- 6 PETZI en bref
- 8 Programme de la conférence du 25 octobre 2016
- 9 Résumé des interventions

Alexander Tschäppät, maire de la ville de Berne

Stéphanie Arboit, journaliste

Markus Gander, directeur Infoklick.ch, Promotion de l'enfance et de la jeunesse en Suisse

Hedy Graber, directrice des affaires culturelles et sociales de la Fédération des coopératives Migros

Paul Broadhurst, Senior Cultural Policy Officer for Music auprès de la Greater London Authority

Gustav, musicien, et **Vincent Sager**, directeur d'Opus One SA

Nicolas Gyger, adjoint de la cheffe des affaires culturelles du canton de Vaud

Aldo Caviezel, Conférence des délégués cantonaux aux affaires culturelles

- 17 Synthèse du workshop
« Problématiques et recommandations de PETZI et de ses membres »
- 22 Bilan
- 25 Etude des données des clubs et des festivals membres de PETZI
- 52 Organisation / Remerciements / Contact

¹ Note de lecture générale : dans le présent document, les termes employés pour désigner des personnes sont pris au sens générique; ils ont à la fois valeur d'un féminin et d'un masculin.

Introduction

La Suisse est le pays européen qui affiche la plus forte densité de clubs et de festivals de musique live. Ces tribunes de musiques actuelles sont parmi les plus dynamiques et les plus fréquentées de l'offre culturelle de notre pays. Accessibles à une grande partie de la population, leur contribution au développement économique, social et culturel de la société est souvent sous-estimée.

A l'occasion de ses 20 ans d'existence, PETZI, l'association faîtière des clubs et festivals de musiques actuelles à but non lucratif, a organisé cette première conférence nationale consacrée aux enjeux et au développement futur de ses activités ainsi que de celles de ses membres. Elle a invité ses partenaires et les représentants de la scène musicale à participer à un échange avec les autorités politiques et administratives.

La conférence avait pour objectif de faire connaître PETZI et ses membres ; elle a permis de poser des jalons importants en vue d'une meilleure reconnaissance de la place et du rôle culturel des clubs et des festivals membres de PETZI. Interventions de spécialistes, ateliers, nouvelles données et statistiques étaient au programme. Ces diverses contributions ont permis de dresser un tableau du secteur et d'initier des débats importants.

Ce jubilé était l'occasion d'envisager l'avenir et de franchir un pas de plus vers ce travail de concertation avec les autorités. Pour ce faire, nous avons résumé dans ce rapport les principaux résultats, idées et suggestions, à l'intention des acteurs de la scène musicale, mais aussi des sphères administratives et politiques.

Ce document doit servir de référence pour toutes les questions futures liées à l'offre culturelle autour des musiques actuelles autant sur un plan communal, cantonal que national.

PETZI en bref

PETZI est l'association faîtière des clubs et festivals de musiques actuelles à but non lucratif, qui compte 175 membres dans 20 cantons. L'offre culturelle proposée dans ces lieux touche chaque année plus de 2 millions de personnes.

L'association suisse PETZI défend et représente les intérêts de ses membres. Elle est un pôle d'information et d'échanges. La coordination est assurée par deux secrétariats basés à Zurich et à Fribourg. L'association PETZI est soutenue par l'Office fédéral des assurances sociales (Protection de l'enfance et de la jeunesse) par le biais d'un contrat de prestations.

Les buts et activités de PETZI sont les suivants :

- ☛ **Encourager la collaboration** et l'échange d'informations entre ses membres
- ☛ **Représenter les intérêts des clubs et des festivals** et fonctionner comme interlocutrice vis-à-vis des autorités et entités locales, cantonales et nationales
- ☛ **Soutenir et conseiller** les membres sur les problématiques actuelles et sur des questions relatives à des moyens logistiques ou de gestion; intervenir comme médiatrice
- ☛ **Suivre l'évolution de la législation** et des dispositions légales concernant spécifiquement les organisateurs de concerts, participer aux processus de consultation, formuler des prises de position
- ☛ Organiser des **formations continues** et des conférences thématiques
- ☛ **Collaborer** avec les organisations poursuivant des buts semblables sur le plan **national** et **international**, dans le domaine des musiques actuelles et de l'offre culturelle s'adressant aux jeunes.

Le profil type du club membre de PETZI est le suivant : il s'agit de structures à but non lucratif basées dans un lieu donné qui organisent elles-mêmes la plupart des événements qu'elles proposent, notamment des concerts organisés à un rythme régulier, faisant intervenir des groupes nationaux et internationaux. Hormis l'importance accordée à la musique live, [les valeurs d'inclusion et de participation](#) y tiennent une place centrale, tout comme le principe de réinvestir les éventuels gains tirés des activités dans le fonctionnement, la programmation

ou l'infrastructure. La capacité des lieux peut aller de 50 à 5000 personnes et leur objectif principal est l'organisation de concerts (min. 50%) et d'événements culturels. Les clubs membres de PETZI ne peuvent pas être des bars proposant une offre ponctuelle de concert, ni des salles de fêtes ou de manifestations diverses.

Le profil type du festival membre de PETZI se caractérise par les mêmes valeurs que celui des clubs. Les festivals membres organisent des manifestations sur plusieurs jours qui sont en principe (annuellement) récurrentes. Les membres festivals développent leurs activités autour d'un lieu et d'un concept artistique ou programme de concerts. Leur capacité d'accueil quotidienne ne doit pas dépasser les 5000 personnes.

Programme de la conférence du 25 octobre 2016

Accueil

Alexander Tschäppät, maire de la ville de Berne

Portrait de PETZI

Gil Vassaux, comité national PETZI, Fribourg

Isabelle von Walterskirchen, coordinatrice PETZI, Zurich

L'importance culturelle, sociale et économique des clubs, en chiffres

Stéphanie Arboit, journaliste, Vevey

Sociale et inclusive !

Markus Gander, directeur Infoklick.ch, Promotion de l'enfance et de la jeunesse en Suisse, Moosseedorf

Promotion des clubs, des festivals et de la musique pop

Hedy Graber, directrice des affaires culturelles et sociales de la Fédération des coopératives Migros, Zurich

Coup d'œil au-delà de nos frontières : London's Grassroots

Music Venues – Rescue Plan

Paul Broadhurst, Senior Cultural Policy Officer for Music, Greater London Authority (délégué à la politique culturelle, secteur musique, auprès de l'autorité du grand Londres), Londres

Les scènes des clubs et des festivals : un tremplin ?

Gustav, musicien, Fribourg

Vincent Sager, directeur Opus One SA, Nyon

Vision globale et échange

Les intervenants répondent aux questions du public

Pour un avenir commun – « Problématiques et recommandations de PETZI et de ses membres »

Discussions en ateliers

Présentation des résultats et recommandations des groupes

Compte rendu : expérience du canton de Vaud

Nicolas Gyger, adjoint de la cheffe de service des affaires culturelles du canton de Vaud, Lausanne

Conclusions et résolutions

Aldo Caviezel, membre du comité directeur de la Conférence des délégués cantonaux aux affaires culturelles, Zoug

Beat Junker, président de PETZI, Schaffhouse

Résumé des interventions

Alexander Tschäppät, maire de la ville de Berne, salue le fait que PETZI fasse entendre sa voix et celle de ses membres, que l'association sache tenir « un discours clair, adopter des positions claires, et adresser ses requêtes aux bons interlocuteurs » ; il trouve naturellement aussi judicieux et important de « tisser des réseaux entre les membres, et avec les représentants de la sphère politique et les administrations ».

La mission culturelle ne constitue qu'un aspect de l'apport des membres PETZI. Ce qui impressionne d'autant plus Alexander Tschäppät, c'est la contribution sociale essentielle qu'apportent ces clubs de musique et autres organisateurs de concerts et de festivals. « Au sein de ces structures, les jeunes apprennent beaucoup et sans même s'en rendre compte. Parce qu'ils s'investissent dans quelque chose qui leur tient à cœur, qui les intéresse vraiment. Ils se forment tout simplement, presque incidemment, tout en faisant ce que l'on peut faire de mieux, c'est-à-dire procurer du plaisir aux autres, en les faisant profiter d'un bon concert ou d'un festival exceptionnel ».

Stéphanie Arboit, journaliste à Vevey a évalué les résultats du sondage de 2014 effectué auprès des 175 membres de PETZI. Les chiffres montrent que PETZI occupe d'une part, un rôle social important et apporte une réelle plus-value sur les plans culturel, social et économique, et d'autre part, qu'elle supporte la comparaison à des secteurs culturels établis de plus longue date et mieux subventionnés. Les membres PETZI proposent dans [presque toutes les régions de Suisse une offre culturelle variée et fréquentée par un large public](#).

Il apparaît aussi clairement que les clubs PETZI, gérés souvent à grand renfort d'engagement bénévole et de bonne volonté, sont plutôt mal classés en comparaison européenne en ce qui concerne le soutien financier : [les clubs et festivals à but non lucratif sont subventionnés à hauteur de 29 pourcents dans notre pays, contre 41 pourcents en Europe](#). La situation financière globale des membres PETZI montre que [les coûts de production ne peuvent pas être couverts par les recettes provenant de la billetterie](#). Et ce, malgré l'engagement considérable des quelque [17'400 collaborateurs](#) bénévoles. Avec les employés et les personnes en formation, cela représente un effectif total de 21'500 collaborateurs. Etant donné [le prix d'entrée moyen relativement bas de 18,30 chf](#), auquel s'ajoutent les nombreuses manifestations gratuites, on peut considérer que les membres de PETZI proposent [une offre très accessible dans le domaine](#)

de la musique live en Suisse. Ce fait revêt une énorme importance pour l'initiation des jeunes à la culture musicale et notamment à la musique live. Sans oublier le rôle joué par les clubs en tant que lieux de formation pour les jeunes, car ils proposent des postes de formation et de nombreuses possibilités d'engagement bénévole.

Sur le plan culturel, il ne faut pas non plus sous-estimer le fait que lors des événements organisés par les membres PETZI, 56 pourcents des artistes programmés sont suisses. Stéphanie Arboit en déduit que : « sans cette tribune offerte par les organisateurs de concerts de petite et moyenne taille, la scène musicale suisse n'aurait pas la chance d'exister et de se développer ». La scène musicale locale joue un rôle également important pour l'industrie musicale suisse. Les membres PETZI apportent à cet égard non seulement une contribution essentielle à la culture, ainsi qu'à une politique d'encouragement à la participation des jeunes, à l'intégration et à la formation, mais aussi à l'économie. L'impact économique se mesure également au montant considérable, qui s'élève à environ 100 millions de francs, dépensé par les clubs et les festivals et injecté dans l'économie suisse.

→ Les statistiques complètes et les analyses sont présentées au chapitre 7 de ce rapport.

Markus Gander, directeur d'Infoklick Promotion de l'enfance et de la jeunesse en Suisse, explique le but d'une promotion de l'enfance et de la jeunesse fondée sur les ressources. Il s'agit de comprendre les faiblesses et de consolider durablement les forces, c'est à dire de se focaliser sur le potentiel des jeunes et d'encourager leur aptitude à trouver des solutions. Les autorités du domaine de la santé sont unanimes : la promotion de la santé se révèle surtout efficace dans la mesure où une participation est possible dès le plus jeune âge. Les personnes qui apprennent tôt qu'il leur est possible d'accomplir quelque chose, de jouer un rôle en étant pris au sérieux, indépendamment de leur origine et de leur niveau de formation, sont mieux armées plus tard et disposent de meilleures stratégies pour surmonter les crises. Markus Gander affirme que les membres PETZI offrent l'environnement idéal pour développer la participation. Les jeunes gens qui réalisent de petits projets, expérimentent positivement leurs forces et leur potentiel, sont, une fois adultes, moins intimidés par des projets de plus grande envergure ; ils constituent une plus-value au profit de la société et de l'économie. A l'appui de ses affirmations, il cite différents exemples de jeunes gens qui ont collaboré au rayonnement de clubs et de

festivals, qui ont grandi grâce à l'enthousiasme vécu dans ces lieux et aux responsabilités assumées pour devenir des personnalités importantes sur les plans social, politique ou entrepreneurial.

Hedy Graber, directrice des affaires culturelles et sociales de la Fédération des coopératives Migros, développe son propos sur la pertinence et la nécessité de la promotion de la culture pop par le secteur privé. Le Pour-cent culturel Migros est l'un des organes nationaux de promotion privée actifs dans les domaines de la culture, de la société, de la formation, des loisirs et de l'économie les plus connus et il soutient [les musiques actuelles depuis plus de 20 ans](#). « Nous avons depuis le début misé sur la musique live », indique Hedy Graber, qui ajoute que : « Notre festival de musique pop, m4music, [mise sur les clubs en tant que lieux de manifestation, car ils sont les mieux à même de transmettre notre idée de la promotion](#) ». Le principal objectif à son avis, est de favoriser la professionnalisation progressive de la scène suisse des musiques actuelles, par des projets et des contributions de soutien.

Les musiques actuelles ont gagné entre temps une place au sein de la société, constate Hedy Graber. Au lieu d'être nostalgiques, il faut se réjouir de ce succès et notamment du succès de la culture propre aux clubs. Cette culture est vivante et variée. Elle relève que ce succès amène avec lui de nouveaux défis. [Les clubs sont bien souvent implantés en milieu urbain et parties prenantes d'un espace de plus en plus disputé](#). Des questions reviennent de plus en plus souvent sur la table, comme celles de la régulation croissante, des prescriptions sur le bruit, des controverses relatives aux zones fumeurs, à la violence et aux drogues. Selon Hedy Graber, « [il est nécessaire de disposer d'une plateforme d'échange et d'un lobby](#) qui puisse se mobiliser avec force et passion en faveur des clubs et des festivals ». Elle félicite PETZI de défendre les intérêts de ses membres en tant que faitière depuis 20 ans.

Paul Broadhurst, Senior Cultural Policy Officer for Music auprès de la Greater London Authority, insiste sur le fait que la culture propre aux clubs et festivals mérite que l'on s'en soucie, pour qu'elle puisse évoluer [dans un climat de confiance](#). Il signale que 40 pourcents des clubs ont fermé à Londres depuis 2008 et ce chiffre s'élève même à 50 pourcents dans le reste du pays. « [Pour inverser cette tendance, le maire de Londres investit beaucoup dans l'information sur la culture propre aux clubs, dans la sécurité en matière de planification et dans la médiation vis-à-vis des autres groupes d'intérêts](#) », indique Paul Broadhurst. Un groupe de travail consacré aux salles de concert (« Music Venues

Taskforce ») a été instauré à cet effet. Ce groupe a adopté un plan de sauvetage des scènes de musique populaire « London's Grassroots Music Venues Rescue Plan»¹, un rapport comprenant des recommandations à l'intention du maire, des autorités locales, du gouvernement, des urbanistes, de la police, des services délivrant les autorisations, des secteurs de l'économie, du tourisme, de la scène musicale et de l'industrie.

Pour aborder la problématique de [la gentrification et de la sécurité en matière de planification](#) dans les villes, Paul Broadhurst évoque l'un des clubs londoniens les plus célèbres, le Ministry of Sound, qui a dû mener un combat de plusieurs années. Les espaces d'habitation et les clubs se rapprochent toujours plus, rendant les efforts d'information et de médiation toujours plus nécessaires.

A Londres, on s'efforce de créer un cadre propice à l'esprit d'entreprise, par l'établissement d'un nouveau plan en 6 points, susceptible [d'améliorer la sécurité en matière de planification, de même que la confiance des clubs à long terme, par le biais de mesures de soutien ciblées](#) :

1. Planification : Le maire et les autorités veillent à ce que les clubs soient explicitement mentionnés et pris en compte dans les futures modifications du plan urbain. Un principe important a été mis en place concernant les initiateurs du changement (« [Agent of Change Principle](#) »), lequel stipule que si une transformation/nouvelle construction est envisagée dans les environs d'un club, l'initiateur du changement, soit le maître d'œuvre, assume la responsabilité de toutes les mesures requises (par ex. en matière de protection contre le bruit).

2. Développement urbain : Londres souhaite redevenir la capitale mondiale de la musique et s'efforce de favoriser le développement de zones spéciales affectées à la musique, ainsi que la [création de nouveaux clubs](#).

3. Impôts : L'exonération ou du moins [la réduction de la charge fiscale](#) des clubs fait partie des buts à atteindre.

4. Autorisations / conditions cadre : Frein à la sur-réglementation, moins de charges et d'obstacles administratifs, [système d'autorisation](#)

² London's Grassroots Music Venues Rescue Plan à consulter ici: <http://bit.ly/2gk8ckz>

simplifié, prise en compte générale de l'importance des bonnes relations, à maintenir et à développer, entre les autorités et les clubs.

5. Ecosystème favorable à la musique : L'idée est de mettre en place un comité ([Music Board](#)) qui mette en œuvre et contrôle l'ensemble de ces mesures et qui fixe des objectifs concrets. La nomination d'un maire de la nuit ([Night-Czar](#)²) est également prévue.

6. Promotion de la musique : Les secteurs du tourisme, de l'industrie musicale et le gouvernement doivent investir dans une [campagne de promotion des clubs](#).

Un manuel « [culture et aménagements](#) » qui décrit les processus étape par étape, [à l'intention des autorités locales](#), des urbanistes et des espaces culturels a de plus été édité. Il s'agit de sensibiliser les acteurs en faveur d'un aménagement urbain propice à la culture. Ce document comprend des cas de figure et des principes clé pour l'intégration de la culture dans le développement de zones et de territoires urbains et dans les plans de réaménagement.

Gustav, musicien et Vincent Sager, directeur d'Opus One SA, s'entretiennent avec la modératrice Rahel Walser sur l'importance des clubs et des festivals, du point de vue des musiciens comme de l'industrie musicale. « Sans les clubs je n'aurais jamais pu faire connaître ma musique ni évoluer », indique Gustav. Les petites scènes, en particulier, représentent des espaces de création nécessaires aux artistes pour pouvoir expérimenter, se perfectionner à travers des essais mais aussi des échecs. « [Sans possibilité de se produire, la musique n'a aucun moyen d'émerger](#) », conclut Gustav.

C'est également l'avis de Vincent Sager, qui relève en outre la facilité d'accès aux clubs, qui permettent « [aux musiques actuelles et aux musiciens de rencontrer leur public \(et inversement\)](#) ». Les salles de concert de petite et moyenne taille sont aussi [des canaux et des supports de communication importants](#) pour toute la chaîne de l'industrie musicale – pas seulement pour les organisateurs de gros événements « in et outdoor », mais aussi pour l'industrie du disque.

Nicolas Gyger, adjoint de la cheffe du service des affaires culturelles du canton de Vaud et vice-président de la Fondation romande pour la Chanson et les Musiques Actuelles (FCMA), évoque [l'évolution positive de la collaboration entre la scène musicale, notamment PETZI, et les autorités concernées](#). Des

² Info zur Night Czar: <https://www.london.gov.uk/people/mayoral/amy-lame>

rencontres régulières ont été instaurées, ce qui permet la poursuite de bons échanges, de clarifier certains besoins et même de faire naître des projets pour améliorer certaines situations de part et d'autre. Une étude financée par le service de la culture et conduite par PETZI a par exemple permis d'augmenter les moyens affectés aux clubs vaudois et de mieux définir ce soutien.

L'échange régulier a aussi fait ressortir le souhait exprimé de part et d'autre de professionnaliser davantage les postes des collaborateurs des clubs et des festivals. Une formation certifiée (CAS) en gestion du domaine des musiques actuelles a pu être mise sur pied en collaboration avec la FCMA : il s'agit là également d'un grand succès, à mettre au crédit de cette collaboration.

Nicolas Gyger constate que ces dernières années, le souhait d'intensifier les collaborations s'est manifesté non seulement au sein de la scène musicale, mais aussi sur le plan intercantonal, en Suisse romande.

La coalition des intérêts, des compétences et des ressources de la scène musicale d'une part, notamment par le biais de PETZI, et des autorités d'autre part, rend service à tout le monde et devrait être d'autant plus encouragée.

Aldo Caviezel, membre du comité directeur de la Conférence des délégués cantonaux aux affaires culturelles, déclare que, sans les clubs et festivals à but non lucratif, la production musicale suisse n'aurait pas la moindre chance d'exister en tant qu'art.

Il cite le memento statistique de la Suisse 2016, qui indique que **70 pourcents de la population assiste à des concerts et à des manifestations musicales**, « mais malheureusement », selon Aldo Caviezel, « il s'avère aussi que le public est peu enclin à se laisser surprendre, ce qui peut décourager les programmateurs de présenter des nouveaux talents ou des groupes inconnus ». **Les membres PETZI prennent leurs responsabilités à cœur en offrant une tribune aux artistes et musiciens locaux, qui revêt pour eux une importance primordiale. Il s'agit là d'une contribution significative à la promotion de la création musicale suisse** ». C'est également dans ce créneau que peut s'illustrer le soutien des pouvoirs publics aux organisateurs d'événements culturels ; **le financement des concerts de groupes émergents est une manière pragmatique de contribuer à assurer l'existence des organisateurs et des artistes.**

Aldo Caviezel explique que de nombreux concours et autres formules de promotion sont apparus durant ces dernières décennies, afin de fournir une

tribune à la relève, pour compenser les effets de l'évolution du comportement du public. La mission à long terme de ces relais de promotion est d'instaurer des collaborations et des offres et de faire en sorte qu'elles trouvent des débouchés. Or une part importante de ces débouchés est constituée par les clubs et les festivals. Aldo Caviezel souligne le fait qu'un enjeu important réside « dans la coordination et les coopérations qui peuvent s'établir entre les organes de promotion de la relève (par ex. les pouvoirs publics) et les institutions de diffusion, soit les clubs et les festivals. »

Aldo Caviezel adresse **à PETZI et à ses membres les principales recommandations suivantes :**

- ☛ Collaborer avec les organes de promotion privés et publics : pour une meilleure connexion et intégration aux plateformes de concours et de promotion
- ☛ Renforcer les réseaux et les collaborations internes (par la création de nouveaux canaux de diffusion)
- ☛ Maintenir un dialogue régulier avec les pouvoirs publics à tous les niveaux : les membres avec les communes, les localités et les cantons ; la faïtière PETZI avec la Confédération et les cantons. Il s'agit de convaincre les interlocuteurs et les alliés à tous les niveaux de jouer un rôle d'ambassadeurs
- ☛ Organiser régulièrement des conférences nationales comme celle-ci, en impliquant tous les niveaux politiques

Aldo Caviezel adresse **aux pouvoirs publics les principales recommandations suivantes :**

- ☛ Reconnaître les forces et l'importance du rôle joué par PETZI sur le plan de la société, de l'intégration, de la culture et de la diffusion des musiques actuelles
- ☛ Avoir confiance en PETZI, son travail et celui de ses membres
- ☛ Maintenir le dialogue avec les clubs, les plateformes de diffusion et de promotion, ainsi que les festivals ; s'impliquer dans la coordination de ces supports
- ☛ Souligner l'importance culturelle et sociale du projet PETZI lors de la prochaine consultation en vue du message culture 2021-2025 – intégrer les clubs et les festivals comme relais de diffusion culturelle

Et Aldo Caviezel de conclure : « Une collaboration judicieuse entre organes de promotion, artistes et diffuseurs est indispensable. C'est la seule voie permettant d'assurer aux artistes subventionnés un moyen d'expression et de développement, qui soit durable et non éphémère, qui vise la qualité plutôt que la quantité ».

Synthèse du workshop « Problématiques et recommandations de PETZI et de ses membres »

Cette partie de la journée, organisée sous la forme d'un workshop, a réuni PETZI, ses membres, des représentants de l'industrie de la musique et des représentants des administrations et des autorités politiques culturelles communales, cantonales et fédérales. Ensemble, ces différents acteurs ont mis en exergue les problématiques rencontrées par les membres d'une part et, d'autre part, des recommandations, afin d'asseoir des manières de travailler par la suite pour résoudre ces problématiques.

Les propositions sont développées en trois temps :

Problématique

➤ Recommandation

→ Acteurs responsables

1. Relations avec les administrations publiques

1.1 Cadre légal et consultation de PETZI et de ses membres

Le développement des législations et des règlements communaux, cantonaux et fédéraux sur des thèmes aussi importants que la sécurité, le bruit, les taxes, etc. se fait souvent au détriment de la réalité des membres PETZI, réalité très différente des lieux à but lucratif comme les discothèques ou les bars.

➤ Les membres PETZI ainsi que PETZI en tant que faïtière, experts dans leur domaine d'activité, doivent être consultés systématiquement par les communes, les cantons et la Confédération afin de mettre sur pied un cadre légal adapté.

→ Confédération, cantons, communes, partenaires de l'industrie de la musique, PETZI, membres PETZI

1.2 Simplification des démarches administratives et efficience dans l'accès à l'information

Les membres PETZI sont quotidiennement confrontés à un travail administratif important et à des changements fréquents de lois et de règlements complexes. Il est ainsi difficile de se mettre à jour, de connaître tous les aléas des démarches administratives et les interlocuteurs à contacter selon les demandes ou besoins. Parfois, il faut solliciter plusieurs services ou niveau de juridiction pour avoir accès à une information. Ces lourdeurs ont un coût culturel (moins de temps accordé à la création) et financier (augmentation des coûts administratifs).

- ✎ Plus de transparence et d'informations de la part de l'administration (ex. communication sur les mises à jour réglementaires) ainsi que plus de consultation de PETZI et de ses membres. Simplification et capacité de transversalité entre les départements (ex. demande d'autorisation pour un festival auprès d'un guichet unique-service de la police, service de la culture).

→ Confédération, cantons, communes

1.3 Pour une politique de la nuit constructive et concertée

Une majeure partie des activités de nos membres se déroulant la nuit, les lieux PETZI sont régulièrement amenés à travailler sur des enjeux de cohabitation avec le voisinage, de prévention et de sécurité.

- ✎ Encourager les autorités politiques à créer des espaces de dialogue et de médiation, afin de traiter les éventuels conflits d'usage de manière constructive en créant par exemple « un conseil de la nuit » ou « un maire de la nuit »

→ Cantons, communes, regroupement de la nuit (maire/conseil de la nuit, NachtStadtrat Zürich)

2. Bénévolat, service civil, formation et médiation culturelle - Reconnaissance et soutien

2.1 Bénévolat, formation et professionnalisation au sein des lieux PETZI

Les membres PETZI sont autant des créateurs d'emplois que des agents de cohésion sociale et de formation. Ils offrent des emplois à des professionnels et un encadrement adapté à des collaborateurs bénévoles ou stagiaires. Ceux-ci acquièrent des compétences, apprennent un métier, participent à la création et à la production d'activités culturelles (**participation**). Les membres PETZI offrent parallèlement, à leurs collaborateurs et à leur public, la possibilité de sociabiliser et de se fédérer autour de projets culturels et artistiques porteurs (**intégration**). Dans l'optique de faire valider et reconnaître le savoir acquis ou développé au sein des structures membres, PETZI a travaillé en 2011 à l'établissement d'un certificat d'engagement bénévole.

☛ Recommandations adressées aux cantons :

- a) Prendre le relais de ce travail de reconnaissance du bénévolat en adoptant ce certificat parmi les attestations officielles, afin qu'il constitue une réelle plus-value dans les CV
- b) Favoriser la formation des salariés et des bénévoles des lieux PETZI en soutenant des formations (ex. chèques formation) dans le but de professionnaliser les structures
- c) Reconnaître les formations attestées par PETZI (telles que les formations organisées conjointement avec la Fcma en Suisse romande).

→ Confédération, cantons, communes

2.2 Agents de médiation culturelle

Par leur politique de prix accessible, par leur programmation, par leur propension à la participation culturelle (implication des bénévoles) ainsi qu'à travers les actions concrètes de médiation (ex. Portes Ouvertes), les lieux PETZI sont des agents des politiques de médiation et de participation culturelles.

☛ Les politiques culturelles doivent considérer les lieux PETZI

comme étant des lieux de médiation et les encourager en ce sens.

→ Cantons, communes, lieux PETZI

2.3 Service civil

Les structures culturelles, quelle que soit leur forme juridique ne sont pas reconnues comme établissement d'affectation en vue d'accueillir des civilistes.

✎ Les lieux PETZI peuvent être reconnus comme établissement à plus-value sociale et pouvoir être labellisés comme établissement d'affectation pour le service civil.

→ Confédération, cantons, communes, lieux PETZI.

3. Soutien à la création, à la production et à la diffusion de la scène locale et régionale

3.1 Soutien à la création, à la production et à la diffusion des artistes locaux et régionaux

Les membres PETZI sont un vecteur d'éclosion et de promotion d'une scène culturelle locale et régionale. Ils mettent régulièrement leur salle à disposition d'artistes pour des résidences nécessaires au processus de création. Les membres PETZI et leur réseau de communication sont autant de tremplin pour le développement des musiciens. Or, ce travail ne se fait pas sans risques financiers, notamment tributaire de la fréquentation.

✎ Les politiques culturelles de soutien à la scène musicale locale et régionale doivent également passer par le soutien des lieux de promotion et de création.

→ Confédération, cantons, régions, communes, partenaires de l'industrie de la musique, PETZI, lieux PETZI

3.2 Réseau, échanges et mobilité entre régions linguistiques

Malgré les différences linguistiques, culturelles et politiques présentes en Suisse, PETZI a su fédérer autant de membres venant de régions diverses. De même, les

membres PETZI oeuvrent à la cohésion sociale et aux échanges en programmant des artistes provenant de régions linguistiques diverses.

- ✎ Les pouvoirs publics doivent encourager le travail de diffusion et d'échanges d'artistes mené entre les différents membres PETZI ainsi que favoriser la mise en réseau et la mutualisation des compétences et des informations menées par PETZI.

→ Confédération, cantons, communes, partenaires de l'industrie de la musique, PETZI, lieux PETZI

4. Intégration de PETZI et de ses membres dans le développement futur des politiques publiques

4.1 Soutien à la programmation et au fonctionnement des membres de PETZI

Les membres PETZI s'inscrivent souvent dans une logique de subventionnement sur projet ou subventionnement ponctuel. Leur programmation doit être soutenue de même que leur fonctionnement qui en assure la pérennité et le rayonnement.

- ✎ Le soutien financier des membres PETZI doit être augmenté et s'effectuer aux différents échelons : communal, régional (agglomération) et cantonal. A propos de ce dernier échelon, les assises des musiques actuelles organisées par PETZI et le canton de Vaud constituent une bonne démarche de travail.

- ✎ D'autre part, les membres PETZI doivent pouvoir trouver du soutien auprès d'autres départements, de manière transversale, du côté des services de la jeunesse, de la promotion du tissu économique et touristique ainsi que du côté du soutien à l'emploi et à la formation.

→ Cantons, communes, régions, PETZI, lieux PETZI

4.2 Autres formes de soutiens/ subventions

Les loyers des locaux dans les villes notamment ne cessent d'augmenter. Les coûts artistiques et les exigences sécuritaires ont également pris l'ascenseur ces dix dernières années.

- ✦ Les collectivités peuvent aider des structures par d'autres moyens: mise à disposition de locaux, gratuités (loyer, infrastructure, matériel). Elles peuvent aussi être garantes de la veille et de l'affectation de nouveaux espaces alloués sous différentes temporalités à la culture, sur leur terrain ou en jouant un rôle de facilitatrices au cours d'éventuelles négociations avec des propriétaires privés.

→ Cantons, communes, régions, propriétaires fonciers

4.3 Intégration des membres PETZI aux processus d'aménagement.

Les membres PETZI évoluent sur un territoire de plus en plus dense et subissant une pression foncière en constante augmentation, principalement dans les centres urbains. Afin de garantir le maintien des activités musicales dans ces centres urbains d'une part et voir l'éclosion de nouveaux lieux d'autre part, les axes de travail suivant doivent être appliqués :

- ✦ Favoriser l'intégration des membres dans les plans d'aménagement et/ou les processus de réaffectation des quartiers dans lesquels ils développent leur projet
- ✦ Favoriser le développement et/ou le maintien de zones de sensibilité non restreinte en matière de bruit ou mixte/ deux types de zones propices aux activités artisanales et culturelles
- ✦ Considérer les salles et festivals comme structurant dans le cadre des actions politiques et juridiques : par exemple, en intégrant l'information de la présence d'un club dans les baux des locataires et contrat de vente des propriétaires du quartier

→ Cantons, régions, communes, propriétaires fonciers

Bilan

La première conférence suisse des musiques actuelles s'est révélée un vrai succès, observant la présence de 160 participants. Les représentants des sphères administratives et politiques, ainsi que les partenaires et les personnes intéres-

sées ont pu se familiariser avec différents aspects du travail de PETZI et de ses membres. Cette conférence a permis des rencontres entre personnes de divers horizons et fonctions, ainsi que des échanges animés. Tous les participants ainsi que les clubs, festivals et collaborateurs de PETZI ont trouvé de nouvelles inspirations et pistes de travail à exploiter. Le résultat des interventions des spécialistes et le contenu des débats de la journée peuvent se résumer ainsi:

Social : Sur le plan social, les membres PETZI, implantés dans presque toutes les régions de Suisse, constituent des lieux de formation et des espaces culturels aisément accessibles, offrant des opportunités d'engagement bénévole non négligeables. Ils sont vecteurs de cohésion sociale et contribuent de manière importante à renforcer le tissu social des localités dans lesquelles ils sont implantés.

Culture : Les membres PETZI offrent une tribune essentielle aux artistes et musiciens locaux. Ces espaces publics de création et d'innovation permettent à la production musicale suisse de rencontrer son public. Ils garantissent un accès à la culture pour tous.

Economie : Sans les clubs et festivals PETZI, c'est non seulement une somme d'investissements considérable qui ferait défaut au tissu économique suisse, mais aussi un terreau et un canal de communication qui manqueraient à l'industrie musicale suisse (notamment aux maisons de disque et aux organisateurs de concerts).

Pour toutes ces raisons, il est temps d'instaurer un climat optimal de confiance ! Les clubs et les festivals ont besoin de pouvoir s'appuyer sur des réseaux comme PETZI, pour trouver des ressources et des indications concrètes qui les aident dans leur travail quotidien. Cette confiance devrait aussi caractériser les relations avec les responsables administratifs et politiques. Les clubs et les festivals devraient pouvoir évoluer dans un climat serein, tabler sur davantage de sécurité en matière de planification et de conditions cadre (lois, impôts, taxes, médiation, etc.). Etant donné que 70% de la population assiste à des concerts et à des événements musicaux (selon le memento statistique de la Suisse) et que les clubs et festivals constituent des tribunes revêtant une importance primordiale pour la relève et pour la production musicale suisse, les organisateurs de concerts devraient pouvoir bénéficier d'une meilleure reconnaissance de la part des autorités administratives et politiques, et pouvoir compter sur un soutien accru, en tant que lieux de production et de diffusion de la culture.

Etude des données des clubs et des festivals

- 26** Introduction
- 27** Méthodologie et remarque
- 27** Salles de concerts et festivals membres de PETZI
Nombre de lieux
Typologie des lieux
Répartition géographique
Densité (pour 100'000 habitants) en comparaison européenne
- 28** Visiteurs
Taux de remplissage
Nombre de visiteurs (absolu et en rapport avec la population suisse)
Nombre de visiteurs par rapport à d'autres domaines culturels en Suisse
– Musées – Théâtres – Danse
Nombre de visiteurs en comparaison européenne
Poids des musiques actuelles dans les pratiques des Suisses
– En concert – A la maison
Visiteurs des lieux membres de PETZI en comparaison des visiteurs des lieux membres de la SMPA
- 32** Offre culturelle
Nombre d'événements
Evénements gratuits / visiteurs gratuits
Prix moyen des billets en comparaison d'autres domaines culturels suisses
Provenance des artistes selon la typologie des lieux
- 35** Finances (moyens financiers)
Subventions en regard du nombre d'artistes suisses
Subventions aux membres PETZI en regard du montant total des subventions allouées à la Culture
Subventions selon la typologie des lieux (en sommes absolues et relatives)
Répartition des recettes en % en comparaison européenne
Total des dépenses
Frais artistiques au sein des dépenses
Frais artistiques et ventes de billets
Coûts moyens des spectateurs (y c. pour les pouvoirs publics)
- 38** Collaborateurs salariés et bénévoles (moyens humains)
- 39** Conclusion

Introduction

« Dans un moment qui gagne chaque jour en complexité, les informations et les statistiques jouent un rôle de plus en plus important – pour s’orienter, faciliter les processus de décision et se projeter vers l’avenir. [...] Elles fournissent des bases pour les discussions politiques et mettent en évidence l’importance de la culture pour la société et l’économie. »

Ces quelques lignes émanent de l’Introduction à la Statistique de poche de la culture, élaborée par l’Office fédéral de la culture avec l’aide de l’Office fédéral de la statistique.

→ Par l’étude qui va suivre, l’association PETZI a voulu mettre en avant quelques chiffres pour montrer et le poids de ses membres, qui n’a sans doute pas été assez pris en considération jusqu’à présent, et leur impact tant culturel que social ou économique.

L’étude porte sur les toutes premières données statistiques récoltées à l’échelle nationale par l’association PETZI auprès des salles de concert et des festivals membres. Ces chiffres concernent l’année 2014.

Cette analyse découle de l’expérience européenne initiée par Live DMA, faitière regroupant les fédérations européennes qui défendent les intérêts des

clubs de musique live, dont PETZI est membre. Ainsi, ce sont les typologies déjà en vigueur au niveau européen qui ont été utilisées, notamment sur la taille des clubs.

Outre les chiffres de Live DMA, les comparaisons ont pu être tirées essentiellement des données de l’Office fédéral de la culture et de l’Office fédéral de la statistique, de la Swiss Music Promoters Association (SMPA), qui regroupe les grandes structures et festivals à but lucratif, par opposition aux buts idéaux des membres PETZI.

Uniquement basée sur des statistiques, cette étude se contente de dresser une photographie du paysage des clubs et des festivals membres de PETZI.

De même que dans le cas de l’Office fédéral de la culture pour sa Statistique de poche de la culture 2016, « des différences dans les chiffres et les graphiques ne sont pas toujours statistiquement significatives. Par souci d’une meilleure lisibilité, les intervalles de confiance ne sont pas représentés. »¹

Méthodologie et remarque

L'association PETZI a sondé ses 175 membres. Une part importante, 75%, a dûment répondu au sondage. Afin que l'analyse représente PETZI dans son ensemble, les chiffres des 25% de membres n'ayant pas répondu ont été estimés en effectuant une régression linéaire des données récoltées avec la capacité comme variable. Cette estimation prend en compte les disparités entre les membres PETZI sur la base de leur « taille » et constitue ainsi une évaluation raisonnable de l'ensemble des membres PETZI.

Les données ont été récoltées par PETZI et ces chiffres ont été analysés par Stéphanie Arboit², journaliste.

Salles de concerts et festivals membres de PETZI

Nombre de lieux :
175 lieux : 106 clubs (en bleu) et
69 festivals (en vert)

→ [Graphique p. 43](#)

→ La Suisse jouit d'une offre culturelle très importante, non seulement dans l'absolu mais également par rapport aux pays voisins et aux autres domaines artistiques en Suisse, comme nous³ le verrons plus bas.⁴

Typologie des lieux :

→ [Graphique p. 43](#)

L'essentiel des clubs est constitué de petits lieux (58% de lieux avec une capacité de moins de 400 personnes). Alors qu'au niveau des festivals, l'essentiel est constitué à la même proportion (57%) d'événements considérés comme moyens (entre 1000 et 3000 personnes), mais qui dépassent la capacité de la très grande majorité des grands clubs.⁵

Répartition géographique :

→ [Graphique p. 43](#)

Sur la carte, la majorité des clubs et festivals se concentre assez logiquement au niveau des centres urbains :

- Villes de l'arc lémanique
- Zurich
- Bâle ville
- Berne

Plus surprenant, l'importance de la Suisse romande avec 83 lieux, par rapport à 92 en Suisse alémanique. C'est surtout la présence des festivals qui influence ces chiffres : si l'on considère uniquement les salles de concerts, la Suisse romande propose environ la moitié de l'offre alémanique (37 contre 69 clubs)

→ [Graphique p. 43](#)

Densité (pour 100'000 habitants) en comparaison européenne

Le sondage européen Live DMA⁷ se base sur les pays suivants, avec le nombre de lieux qui leur correspondent :

→ [Graphique p. 43](#)

- Norvège : 198
- France : 145
- Espagne⁸ : 124
- Suisse : 106
- Danemark : 66
- Hollande : 54
- Belgique⁹ : 25

Par rapport à nos voisins continentaux (à l'exception donc des pays scandinaves¹⁰), la densité suisse paraît exceptionnelle, même en ne se basant « que » sur les 106 clubs ! Les festivals n'étant en effet pas pris en compte dans le sondage Live DMA, ils n'ont pas été inclus dans cette comparaison.¹¹

En observant le nombre de clubs pour 100'000 habitants, on constate que la Suisse, avec 1,3 club, a la densité la plus élevée ! Et de très loin (6 fois plus que la France et la Belgique, plus de 4 fois plus que la Hollande ou l'Espagne). En revanche, la Norvège¹² propose une offre beaucoup plus dense, avec presque 4 clubs pour 100'000 habitants.

→ [Graphique p. 43](#)

Une critique hâtive pourrait être formulée : l'offre serait-elle trop foisonnante en Suisse ? Il convient de l'écartier : au contraire, cette offre correspond à une véritable demande, comme nous le verrons avec le taux de remplissage.

Visiteurs

Taux de remplissage

La Suisse présente une densité de clubs pour 100'000 habitants très forte par rapport aux pays voisins. Revenons donc à la question : l'offre est-elle trop foisonnante ?

Si l'offre excédait la demande, le taux de remplissage devrait présenter des signes inquiétants. Or il n'en est rien. Au contraire, le taux moyen suisse est strictement le même que le taux moyen européen¹³ !

→ [Graphique p. 43](#)

Nombre de visiteurs (absolu et en rapport avec la population suisse) :

De plus, le nombre de visiteurs ayant fréquenté les lieux de musiques actuelles membres de PETZI en 2014 se monte à

2 millions 266' 340

En envisageant un instant ces visiteurs comme des visiteurs uniques, cela revient à considérer que plus du quart – et même près du tiers – de la population suisse s’est rendu en 2014 dans l’un de ces 175 lieux !

→ Graphique p. 44

Passer par ce prisme permet de se rendre réellement compte du poids de ces 2 millions de visiteurs par rapport à la taille de la Suisse, même si, évidemment, les amateurs de musique live se rendent souvent plusieurs fois par an dans plusieurs lieux.

Nombre de visiteurs par rapport à d’autres domaines culturels en Suisse¹⁴

Voyons maintenant ce qu’il en est des spectateurs des musiques actuelles comparés à d’autres domaines culturels en Suisse.

En 2014, la Suisse comptait 1’142 musées qui ont totalisé presque 21 millions d’entrées¹⁵, soit une moyenne de **18’389 entrées/musée**. Les clubs PETZI atteignent quant à eux une moyenne de **17’546 entrées/club¹⁶**.

Dans les chiffres de la Statistique de poche, il est précisé que les chiffres des entrées musées incluent les jardins botaniques et zoologiques¹⁷. De plus, les musées sont ouverts en général toute la journée, et souvent 6 jours par semaine, par opposition aux

clubs, qui concentrent en général leurs activités sur la fin de semaine.

→ Graphique p. 44

→ Sur la moyenne de visiteurs par lieux, les clubs se trouvent à quasi égalité avec les musées !

Bien entendu, à côté des locomotives muséales existent de plus petits lieux à vocation régionale. Mais il en est de même avec les clubs : des salles plus confidentielles coexistent avec des salles drainant un public plus important.

Cette diversité participe de la richesse culturelle suisse.

Concernant les théâtres, nous avons comparé la moyenne de fréquentation des 11 théâtres producteurs suisses les plus fréquentés¹⁸ à la moyenne de fréquentation des 11 lieux PETZI les plus fréquentés.

→ Graphique p. 44

Pourquoi avoir choisi de comparer les 11 meilleurs ? Un échantillon d’une dizaine nous semblait pertinent, sachant qu’il s’agit là des paquebots de la culture théâtrale (dont l’Opernhaus de Zurich et ses 232’000 visiteurs) et qu’il nous semblait important d’inclure, dans les principales institutions romandes, l’Opéra de Lausanne¹⁹ qui arrive justement à la 11e position.

→ Selon cette perspective, les membres PETZI se trouvent en très

bonne place face à des institutions aussi prestigieuses et connues internationalement : la moyenne²⁰ de fréquentation des 11 meilleurs théâtres n'est que de 1,75 fois plus élevée que la moyenne de fréquentation des 11 meilleurs lieux PETZI.

Il faut noter que le total des subventions aux lieux PETZI est 16 fois moindre que la subvention d'un seul de ces théâtres, l'Opernhaus de Zurich, qui engrange 80 millions d'argent public ! (alors que ces 11 lieux PETZI n'engrangent, eux, que 5,3 millions).

Certes, les théâtres sont producteurs de spectacles, avec par conséquent des charges évidemment très importantes et différentes de celles des clubs (décors, costumes, etc.).

S'il est largement admis dans l'opinion qu'il est normal pour un théâtre de payer l'ensemble de ses employés (techniciens, costumiers notamment). A contrario, il est trop souvent attendu des collaborateurs des clubs qu'ils fournissent un travail bénévole (ou contenant une grande part de bénévolat), indépendamment de leurs compétences professionnelles spécifiques.

Dans le domaine de la danse, seule 26% de la population est allée au moins une fois en 2014 voir un spectacle.

A l'inverse, 71% de la population s'est rendue au moins une fois en 2014 à

des concerts ou des spectacles musicaux²¹.

→ Graphique p. 44

→ La population drainée par les musiques actuelles ne doit pas être sous-estimée au regard des cultures établies.

Nombre de visiteurs en comparaison européenne :

La Suisse a beau être moins peuplée que ses voisins, elle propose une offre culturelle beaucoup plus étoffée.

La fréquentation moyenne par club reste très bonne en comparaison de la moyenne européenne (x 1,5).

A noter que par rapport aux calculs précédents, avec une densité plus grande et un taux de remplissage équivalent, on aurait pu penser que l'écart entre visiteurs suisses et visiteurs européens eût été plus réduit. Mais la différence tient essentiellement à deux éléments :

- la capacité d'accueil moyenne des membres PETZI (411) est inférieure à la capacité moyenne européenne (583)
- une densité plus élevée entraîne forcément une plus grande concurrence entre les lieux et donc une moindre fréquentation par lieu.

Poids des musiques actuelles dans les pratiques des Suisses

Un autre élément très important à ajouter à ces comparaisons de fréquentations est le poids des musiques actuelles dans les pratiques culturelles des Suisses. Il n'est pas rare que certains stéréotypes laissent à penser que la musique classique ou la musique folklorique sont les genres les plus appréciés en Suisse. Il n'en est rien.

Qu'il s'agisse d'une écoute en concert, mais également en écoute privée, comme l'a relevé la Statistique de poche de la culture en Suisse²² :

En concert

- Les musiques de type pop-rock sont les genres les plus écoutés en concert, devant la musique classique et l'opéra.
- Les musiques de la famille de la soul et du jazz arrivent en 3e position.
- Les musiques électroniques arrivent certes en bas du tableau, mais si l'on fait l'addition de toutes ces musiques dites actuelles, on arrive à une énorme « domination » des musiques actuelles²³ dans les genres musicaux écoutés en concert en Suisse.

En comparaison de ces près de 60%, la musique classique se hisse pénible-

ment à 25% et les autres genres ne dépassent pas 20%²⁴.

→ Graphique p. 45

A la maison

D'autre part, si l'on ne se cantonne pas aux « sorties » mais que l'on observe les pratiques domestiques : « En matière d'écoute privée, le hit-parade des genres musicaux se présente différemment. La majorité des personnes (7 sur 10) écoutent des chanteurs à texte et des chansonniers, rock en dialecte compris, de la variété ou de la musique folklorique, viennent ensuite la pop/rock et les musiques du monde (avec chacune 65%) et le jazz, le funk ou la country (un peu plus de 60%). Une moitié environ de la population écoute de la musique classique (y c. l'opéra), de la techno, de la house, du rap ou du hip-hop. Quatre personnes sur dix écoutent en privé de la musique folklorique suisse ou des fanfares. »²⁵

→ Graphique p. 45

→ [Là encore, les tableaux nous montrent l'importance des musiques actuelles dans les pratiques culturelles suisses, même privées.](#)

Visiteurs des lieux membres de PETZI en comparaison des visiteurs des lieux membres de la SMPA

Au sein des musiques actuelles, il est

intéressant de comparer les lieux PETZI, à but non lucratif, et les lieux de la Swiss Music Promoters Association (SMPA)²⁶, à but lucratif.

Ainsi, on constate que les lieux SMPA drainent 2,2 fois plus de visiteurs que les lieux PETZI, mais ils disposent de 3,4 fois plus de moyens²⁷.

→ Graphique p. 45

Offre culturelle

Nombre d'événements

En 2014, les membres PETZI ont présenté 11'314 événements. Une offre foisonnante : **comme si, tous les jours à travers le pays, se déroulaient 31 soirées au sein de ces clubs et festivals.**²⁸

→ Graphique p. 45

Evidemment, les clubs sont les pourvoyeurs de soirées les plus importants (et à plus forte raison les clubs à forte capacité), par oppositions aux festivals, par définition limités dans le temps.

Le graphique de droite montre la façon dont ces événements se répartissent au sein des différents lieux. On observe que près de la moitié des soirées se déroulent dans les petits clubs.

→ Graphique p. 45

→ D'où l'importance de ces petites structures pour un bon maillage du territoire.

Événements gratuits / visiteurs gratuits

En particulier, il convient d'observer le rapport des différents lieux à la gratuité. On constate que ce sont les petits lieux (clubs ou festivals) qui dénombrent le plus grand nombre de visiteurs gratuits en proportion des visiteurs accueillis. Cela s'explique pour trois raisons essentielles :

→ Graphique p. 46

- Les petites structures sont les plus proches de leur public. Elles peuvent être appelées à offrir l'entrée notamment en échange de services rendus. C'est tout particulièrement vrai pour les petits festivals (où le chiffre de 56% de visiteurs gratuits ne doit donc pas effrayer) : des compétences techniques particulières peuvent être effectuées au sein du festival par des bénévoles qui, en contrepartie, se verront offrir l'entrée à l'événement et, dans certains cas, des invitations pour leurs accompagnants.
- Les petites structures proposent également beaucoup d'événements gratuits (32% pour les petits clubs, 41% pour les petits festivals).
- Des entrées gratuites sont également offertes aux partenaires et sponsors.

Néanmoins, il est très intéressant de constater que ces différents lieux ne

font pas rentrer des visiteurs gratuitement de façon massive : en réalité, les pourcentages de visiteurs gratuits correspondent quasi exactement aux pourcentages d'événements gratuits.²⁹

→ Graphique p. 46

Ces chiffres coïncident avec la moyenne européenne :

- Les pourcentages de visiteurs gratuits sont similaires aux données européennes : moyenne de « 78% paid visits, 22% free visits »³⁰ (79% et 22% pour les clubs suisses).
- Les proportions sont très proches concernant les soirées gratuites : 84% et 15% en Europe, contre 78% et 22% pour les clubs suisses.

Une chose très importante qu'il convient d'avoir à l'esprit : d'après l'OFC et l'OFS, la question financière est la 2e entrave à la fréquentation de lieux culturels, après le manque de temps et avant l'éloignement géographique. En effet « un tiers des personnes interrogées déclarent manquer de moyens financiers pour se permettre d'avoir des activités culturelles »³¹.

→ Graphique p. 46

→ Les membres PETZI jouent un rôle social important en accueillant gratuitement ou à moindre frais la population suisse.

Le public profite d'écouter de la musique live sans avoir à débours beaucoup d'argent. [L'accessibilité à la culture](#) pour toutes les bourses est d'ailleurs une des valeurs fondamentales des membres PETZI³².

Même si la réalité est très complexe, les membres PETZI insèrent socialement des jeunes qui n'auraient sinon pas forcément d'accès dans leur région à des activités aussi intégratrices que les activités culturelles et seraient alors, dans le pire des cas, susceptibles de se retrouver en rupture avec la société. Cet accueil intra-muros permet également de limiter les nuisances sonores sur la voie publique.

Prix moyen des billets en comparaison d'autres domaines culturels suisses

Le prix moyen d'une entrée dans les lieux PETZI est à peine plus chère que le prix moyen d'un billet de cinéma en Suisse, avec 18,30chf³³ pour le prix moyen d'une entrée dans les lieux PETZI contre 15,50chf³⁴ pour un billet de cinéma.

Les prix moyens de domaines artistiques différents (théâtre, danse, musique classique...) ne sont disponibles ni auprès de l'OFC ni auprès des sites internet des faïtières concernées. En revanche, il est intéressant de

constater que le prix moyen du billet des organisateurs réunis sous la Swiss Music Promoters Association (SMPA) était de 79,40CHF en 2014³⁵.

→ Graphique p. 46

Provenance des artistes selon la typologie des lieux

→ Graphique p. 47

Une chose saute aux yeux au prime abord : la provenance des artistes varie fortement selon le type de lieu.

On constate à quel point les petits clubs (small et medium) contribuent à l'éclosion des musiciens suisses et locaux : ces lieux ont ouvert leurs scènes à plus de 10'000 formations musicales suisses en 2014 (précisément 10'165).

En revanche, plus le lieu est important en taille, plus il devra programmer des artistes internationaux pour pouvoir remplir sa jauge.

On l'observe

- tant au niveau des clubs, qui passent de 37% à 45% et enfin à 64% d'artistes internationaux selon la taille du club

- qu'au niveau des festivals, qui passent de 31% à 37% puis à 49% d'artistes internationaux.

→ Malgré une croyance répandue due à la notoriété des grands festivals à but lucratif (membres de la SMPA), les festivals membres de PETZI présentent davantage de groupes suisses que de formations internationales.

Comparons justement les membres PETZI avec les grands festivals et événements à but lucratif regroupés sous la SMPA : pour rappel, ces 32 lieux³⁶ à but commercial disposent de 3,4 fois plus de moyens que les 175 lieux PETZI. A l'inverse, les lieux PETZI présentent plus de **12 fois plus d'artistes suisses**, près de 6 fois plus d'artistes étrangers et au total, **près de 8 fois plus d'artistes, toutes provenances confondues**.

Au sein de leur programmation, les lieux PETZI proposent **56% d'artistes suisses** en moyenne alors que les lieux SMPA seulement 36%.

→ Graphique p. 47

→ On constate que les lieux SMPA dépensent 3 fois plus d'argent pour faire venir 8 fois moins de formations, mais de gros artistes qui coûtent cher.

Ce coût se reporte également sur le prix moyen des billets, 4 fois plus cher au sein des lieux SMPA qu'au sein des lieux PETZI.

→ Les lieux SMPA sont des partenaires de PETZI. Il ne s'agit pas d'opposer une faïtière à

l'autre mais de montrer des réalités et des dimensions différentes.

Finances (moyens financiers)

Subventions en regard des artistes suisses

Pour faire le lien avec la programmation abordée à l'instant, il convient de mettre en regard les artistes suisses programmés avec les subventions octroyées.

On constate, qu'à part pour les grands clubs ou les petits festivals, les subventions ne sont pas du tout proportionnelles à la part d'artistes suisses présentée. Il serait pourtant logique que l'argent public soutienne la création locale.

C'est particulièrement flagrant dans le cas des petits clubs et des grands festivals, mais également dans les structures moyennes.

→ Graphique p. 47

Subventions aux membres PETZI en regard du montant des subventions totales allouées à la Culture³⁷

Evidemment, les subventions aux lieux PETZI sont une goutte dans l'océan (même pas 1%) des subventions allouées à la Culture versées tant par les communes que par les Cantons³⁸ et

la Confédération, dont la somme totale se monte à 2 milliards 724 millions.

→ Graphique p. 48

Les subventions aux lieux PETZI représentent 3,10chf par habitant. « Tous échelons étatiques confondus, 337chf par habitant ont été dépensés pour la culture en 2013. A titre de comparaison, les dépenses d'éducation, de trafic et télécommunications et de santé se montaient cette année-là à respectivement 4'376chf, 2'087chf et 1'699chf par habitant. »³⁹

→ Graphique p. 48

Subventions selon la typologie des lieux (en sommes absolues et relatives)

En sommes absolues, on voit que ces 25 millions reviennent essentiellement aux clubs medium (presque pour moitié, à 11,5 millions). Environ le même montant revient aux grands et petits clubs (respectivement 6,5 et 4 millions).

Les festivals héritent de très peu (3,2 millions en tout pour les 69 différentes entités).

En moyenne,

- ce sont surtout les grands clubs qui absorbent le plus de subventions : 800'000chf en moyenne par lieu
- les clubs moyens reçoivent moins de la moitié de ce montant

en moyenne : 300'000chf

- les petits clubs se retrouvent davantage subventionnés que les petits festivals, mais moins que les grands festivals.

→ Graphique p. 48

- Pour tous ces petits lieux (qui représentent l'essentiel de notre panel, avec 130 lieux sur 175, soit les trois quarts des lieux), les subventions sont réellement très basses, avec moins de 90'000chf par lieu en moyenne.

Répartition des recettes en % en comparaison européenne

Ce qui saute immédiatement aux yeux : les petits et moyens clubs suisses dépendent beaucoup moins des subventions que les clubs européens de mêmes tailles.

Seuls les grands clubs sont en pourcentage plus subventionnés que leurs homologues européens.

→ En moyenne, les clubs suisses sont bien moins subventionnés que les clubs européens. On parle ici de 12% de moins sur les moyennes respectives : dans les clubs suisses, les subventions représentent en moyenne moins d'un tiers (29%), alors qu'au niveau européen, les subventions représentent en moyenne 41%.

→ Grafik Seite 49

Auprès de tous les clubs suisses (quelle que soit leur taille), la vente des billets couvre une partie plus importante qu'elle ne le fait auprès des clubs européens. La différence est très importante chez les petits et moyens clubs, mais elle tend à s'équilibrer pour les grands clubs.

Cela est aussi dû au fait que le prix moyen d'un billet dans les clubs suisses (16,40chf)⁴⁰ est plus élevé que le prix moyen d'un billet dans les lieux Live DMA⁴¹, différence du coût de la vie oblige.

En ce qui concerne les boissons et recettes diverses, ce poste est évidemment plus important dans les petits lieux, où les gens restent plus facilement discuter, que dans les grands clubs, où ils partent plus rapidement une fois les concerts finis.

→ Grafik Seite 49

→ Il faut insister sur la dimension de socialisation de ces clubs à taille humaine, qui représentent la grande majorité des membres PETZI (98 clubs petits et moyens sur 175 lieux PETZI).

Une incongruité qu'il convient de souligner :

- En Suisse, plus le club est grand, plus il est subventionné.

- En Europe, c'est l'inverse.

Total des dépenses

Pour les clubs et les festivals à but non lucratif, il n'est pas facile d'équilibrer les comptes (dépenses totales à près de 98 millions et recettes totales à près de 95 millions).

On constate tout l'argent investi par ces clubs dans l'économie : **presque 100 millions de francs !**

→ Grafik Seite 50

Frais artistiques au sein des dépenses

Afin d'anticiper toute présomption selon laquelle ces dépenses seraient susceptibles de partir vers l'étranger, il est à souligner que seul un tiers de ces 100 millions est attribué aux frais artistiques. Même si, selon leur degré de notoriété, les groupes étrangers exigent très certainement des cachets (et des frais de production) supérieurs à ceux des groupes suisses, il faut néanmoins répéter un chiffre déjà relevé⁴² : les lieux PETZI présentent **56% d'artistes suisses** en moyenne.

Il est intéressant de constater que la Suisse est **exactement dans la moyenne européenne en ce qui concerne le pourcentage d'argent dédié aux frais artistiques** au sein des dépenses des lieux.

D'ailleurs, le rapport européen 2016 mentionne que les pourcentages dé-

diés aux frais artistiques ne diffèrent pas vraiment d'un pays à l'autre⁴³. Il ressort de notre analyse que ce pourcentage ne varie pas non plus selon la typologie des lieux (sauf l'incongruité des petits festivals).

→ Grafik Seite 50

Frais artistiques et vente de billets

Plus le lieu est grand, plus la vente de billets prend de l'importance dans le total des recettes.

Un signe de bonne gestion constaté : la vente des billets couvre la majeure partie des frais artistiques dans les clubs suisses.

On voit que les chiffres sont très différents en Europe, et de loin, exceptés pour les grands lieux où le pourcentage européen monte à 94%.

→ Grafik Seite 51

Coûts moyens des spectateurs (y c. pour les pouvoirs publics)

Le coût d'un spectateur pour un lieu peut s'incarner dans le calcul suivant : le total de l'argent investi divisé par le nombre de visiteurs.

Le coût d'un spectateur pour les pouvoirs publics peut, de son côté, se calculer ainsi : le total des subventions divisé par le nombre de visiteurs.

→ On voit que le coût moyen d'un spectateur au sein des membres PETZI est de 43,20CHF.

→ Le coût moyen d'un spectateur au sein des membres PETZI pour les pouvoirs publics est de 11CHF.

→ Dans les deux cas, il s'agit de montants vraiment anecdotiques.

Le coût moyen d'un spectateur dans les lieux SMPA est, lui, de 64,40CHF.

→ Grafik Seite 51

Collaborateurs salariés et bénévoles (moyens humains)

Pour terminer, il s'agit de jeter un coup d'œil sur les ressources humaines. En 2014, les lieux PETZI ont employé 21'500 personnes, réparties ainsi :

- 100 en formation
- 17'400 bénévoles et
- 4'000 salariés⁴⁴

Les lieux SMPA, eux, n'emploient que 314 personnes pour 21'779 bénévoles (et 11 places d'apprentissage).

En comparaison avec les lieux européens, les clubs PETZI salarient mieux leur personnel (ce qui est un atout pour le marché du travail). Ils sont par contre moins pourvoyeurs de postes en formation.

Toutefois, sur les plans professionnel et social, bien qu'il y ait moins de postes officiellement « en formation » ou reconnus comme tels, il est nécessaire de mettre en exergue l'important

travail des 17'400 bénévoles et de leur encadrement par les 4'000 salariés, qui leur permet de développer de multiples compétences, que cela soit dans les domaines de l'accueil, de la communication, de la technique, de la programmation, de l'administration, de la restauration, de la décoration, de la gestion ou encore de la production.

→ Grafik Seite 51

Conclusion

Tous ces chiffres montrent à quel point les membres PETZI jouent un rôle essentiel dans la société, à la fois culturel bien évidemment, mais aussi social et économique.

Les membres PETZI proposent une offre variée, sur l'ensemble du territoire, avec un bon taux de remplissage, ceci malgré la densité élevée de l'offre.

On l'a vu, les lieux PETZI n'ont pas à rougir devant les cultures dites établies quant aux visiteurs drainés. Beaucoup moins soutenus que ces domaines et que leurs confrères de l'Union européenne, ces clubs et festivals présentent néanmoins à la population une palette d'artistes, et surtout d'artistes suisses.

Cette culture génère des retombées financières et réinvestit constamment dans l'économie du pays (on l'a vu avec les 100 millions dépensés). Mais

elle génère également des savoir-faire dont la transmission se fait par le biais de postes en formation, ainsi que par le bénévolat, parfois au risque de l'épuisement.

Cet aspect formateur tout comme les rôles d'intégration et de cohésion sont des impacts sociaux majeurs des membres PETZI, aux côtés des impacts économiques et culturels qu'il serait opportun d'amplifier et de développer à l'avenir, pour leurs conséquences positives sur la société suisse.

¹ Statistique de poche de la culture en Suisse, 2016, p. 15.

² Qui avait déjà procédé pour PETZI et le Service culturel du Canton de Vaud à une étude très fouillée sur 12 lieux vaudois de musiques actuelles, tous membres de PETZI.

³ Le nous de majesté est utilisé dans cette étude.

⁴ Respectivement sous « Densité (pour 100'000 habitants) en comparaison européenne », « Nombre de visiteurs en comparaison européenne » et « Nombre de visiteurs par rapport à d'autres domaines culturels en Suisse ».

⁵ Pour rappel, le plus petit des festivals considérés comme moyen a une capacité de plus de 1000 personnes. Et le plus grand des clubs a une capacité de 1500 personnes.

⁶ Par simplification, le Tessin a été considéré comme canton « romand ».

⁷ Ce sondage ne prend pas en considération les festivals. Il intègre en revanche indifféremment clubs à buts commerciaux et clubs à buts non lucratifs.

⁸ Sans la Catalogne.

⁹ Parties wallonne et néerlandaise réunies.

¹⁰ La densité pour 100'000 habitants est plus faible au Danemark mais plus forte en Norvège qu'en Suisse.

¹¹ Malgré le retrait des festivals du calcul de la densité, il faut tout de même garder à l'esprit que la Suisse est également considérée comme « festival-land » aux yeux de nombreux observateurs.

¹² Cela est dû notamment aux

particularités sociales scandinaves mais également à l'étendue du territoire de la Norvège, par ailleurs, peu peuplé: la Norvège est 9 fois plus vaste que la Suisse !

¹³ Le taux de remplissage des festivals suisses est lui, légèrement inférieur, à 31%.

¹⁴ Les chiffres sont tirés de la Statistique de poche de culture 2016 (p. 45), mais ils sont issus de l'année 2013. Le petit biais introduit ne semble pas porter à conséquence, les différences d'une année à l'autre n'étant pas considérables.

Remarques sur la comparaison : il est malaisé de comparer des domaines très différents, et de se procurer les chiffres nécessaires. Les musées répertoriés par l'OFC sont 6 fois et demie plus nombreux que nos lieux ! Raison pour laquelle la moyenne de fréquentation par lieu semblait le prisme d'analyse le plus pertinent. Tenter des calculs de médianes aurait certes été intéressant, mais impossible à réaliser dans le temps imparti pour cette analyse (il eut fallu recueillir les chiffres des 1142 musées).

Concernant le théâtre, même l'OFC ne les a pas tous répertoriés. Raison pour laquelle nous nous sommes basés sur les 11 meilleurs (cf. explication infra).

Pour la danse, les seuls chiffres disponibles selon l'OFC étaient ceux de la fréquence de fréquentation. Des chiffres indépendants ne semblent pas disponibles car les visiteurs de la danse sont apparemment inclus dans les

chiffres des théâtres.

Par ailleurs, d'autres secteurs (comme les arts visuels) auraient sans doute pu être pris en considération, mais ne l'ont pas été, faute de statistiques nationales exploitables.

¹⁵ L'institution qui a le plus de succès est le Musée suisse des transports, à Lucerne (519'381), suivi de la Maison Cailler, à Broc (386'046), et du château de Chillon, à Veytaux (348'647).

¹⁶ $1'859'914/106=17'546$ (95% de la performance des musées de 18'389). Les festivals drainent moins de public que les clubs, parce qu'ils sont limités dans le temps (un jour ou quelques jours), raison pour laquelle ils n'ont pas été pris dans la comparaison avec les musées, lieux physiques ouverts à l'année, comme les clubs. Mais même en les rajoutant dans le calcul, les musiques actuelles n'auraient pas à rougir de la comparaison avec les musées, en drainant en moyenne 12'950 entrées/Lieu ($2'266'340/175$), soit 70% de la performance des musées.

¹⁷ Un biais peut être responsable en partie de la petite différence de moyenne (843) entre clubs et musées. Par exemple, par la simple suppression des chiffres du Jardin Botanique à Chambésy-Genève, le chiffre tombe à 18'141 entrées/musée (différence de 595 avec les clubs).

¹⁸ Chiffres tirés du site de leur faitière, l'Union des Théâtres suisses : www.theaterschweiz.ch. Dans l'ordre (du plus au moins fréquenté), il s'agit de :

l'Opernhaus de Zurich (232'082), le Théâtre de Bâle (169'077), le Théâtre de Saint-Gall (146'840), le Schauspielhaus de Zurich (141'196), le Konzert Theater de Berne (129'478), le Grand Théâtre de Genève (108'417), le Luzerner Theater (68'427), le Theater Orchester Biel Solothurn (46'281), Le Théâtre de Vidy à Lausanne (45'505), le Théâtre de Carouge à Genève (43'749) et l'Opéra de Lausanne (36'904).

¹⁹ A noter qu'il a rouvert après travaux en octobre 2012.

²⁰ Sur ce point, à noter que la médiane coïncide presque exactement avec la moyenne. Une bonne chose : cela signifie qu'il n'y a pas de valeurs extrêmes qui sortent beaucoup du lot et influencent donc fortement la moyenne.

²¹ Statistique de poche de la culture 2016, p. 22. A noter que la fréquentation des musées et des expositions a fait un bond entre 2008 (chiffre dans la Statistique de poche de la culture 2015) et 2014, ravissant la première place aux concerts et spectacles musicaux. Ceci est dû à l'évolution des musées dans notre pays, où beaucoup de bâtiments ont été refaits à neuf et de nouvelles activités ont été présentées. La tendance à avoir plusieurs expositions temporaires par opposition à une seule exposition permanente, ainsi que la création des Nuits des musées, la naissance de nouveaux lieux et le développement de la médiation culturelle en ces lieux contribuent également au succès de la fréquentation des

musées.

²² Statistique de poche de la culture en Suisse 2016, p. 30-31. Les pourcentages dépassent les 100% car l'OFC cumule : différents styles peuvent en effet être écoutés par une seule et même personne.

²³ Constituées dans les graphiques par l'addition des catégories de l'OFC 1) Musique pop, rock, hard rock, métal ou punk, 3) Jazz, gospel, soul, Rn'B, funk, dixie, blues, country ou folk et 7) Danse, techno, house, rap, hip-hop. Bien entendu, la délimitation n'est pas si claire et notamment les musiques du monde (catégorie 5 de l'OFC) ou la nouvelle chanson française (catégorie 6 de l'OFC) auraient pu être prises en compte dans les musiques actuelles, mais il a été choisi d'être plus restrictif plutôt que de présenter une catégorie fourre-tout.

²⁴ 18% pour la musique suisse traditionnelle ou fanfare, 15,5% pour la musique folklorique internationale ou les musiques du monde, 13,8% pour la chanson française et à texte et 13% pour la variété, les comédies musicales, les musiques de film ou pour danser.

²⁵ Statistique de poche de la culture 2016, p. 30.

²⁶ La Swiss Music Promoters Association (SMPA) est l'association suisse des organisateurs professionnels de concerts, shows et festivals. Elle réunit actuellement 35 sociétaires (et un membre honoraire), parmi lesquels les plus grands festivals (Paléo, Montreux,

Gurten, etc.) et les plus grands promoteurs (Live Music, Opus One, Good news et Winterthurer Musikfestwochen).

²⁷ Nous reviendrons sur un parallèle avec les lieux SMPA plus bas, sous la provenance des artistes.

²⁸ $11'314/365=30,99$

²⁹ Il serait intéressant de détailler le pourcentage de visiteurs gratuits accueillis lors des événements payants et ceux accueillis lors d'événements gratuits mais les chiffres en notre possession ne nous permettent pas de faire cette distinction.

³⁰ Live DMA, Facts and Figures, July 2016.

³¹ Statistique de poche de la culture 2016, p. 26.

³² Voir aussi le chapitre suivant, prix moyen des billets en comparaison d'autres domaines culturels suisses.

³³ A noter que le prix moyen dans les clubs (16,40chf) est évidemment inférieur au prix moyen dans les festivals (30,40chf).

³⁴ Précisément 15,53chf, chiffre issu de la Statistique de poche de la culture 2015.

³⁵ Index SMPA2014. A noter que le prix moyen en 2013 était de 84,20chf. Il est ici souligné du fait que c'est précisément sur cet élément que les membres de la SMPA ont communiqué, en s'inquiétant de cette baisse de 5,7% du prix moyen des billets entre 2013 et 2014 :

« «Dans l'intérêt du public, les organisateurs veulent éviter d'augmenter le prix moyen du billet ; ils doivent donc assumer de plus gros risques financiers», selon le

gérant de la SMPA, Stefan Breitenmoser. «Les bénéfices potentiels sont en baisse». » Il est à mentionner que d'après leur index, ce prix moyen n'a pourtant pas beaucoup évolué depuis 2008 : 82,40chf (2008) ; 84,20chf (2009) ; 84,40chf (2010) ; 84,50chf (2011) ; 85,40chf (2012) ; 84,25chf (2013) ; 79,42chf (2014).

³⁶ Etat en 2014, sans compter deux lieux qui les ont rejoints en cours d'année.

³⁷ Attention, ces chiffres de la Statistique de poche de la culture 2016 sont les chiffres 2013. D'où l'introduction d'un tout petit biais, mais acceptable, par rapport aux chiffres PETZI qui sont issus de l'année 2014.

³⁸ Dans ces chiffres livrés par l'OFC, les montants provenant des loteries sont intégrés aux dépenses des cantons. En 2013, l'apport des loteries se montait à plus de 220 millions.

³⁹ Statistique de poche de la culture 2016, p. 8

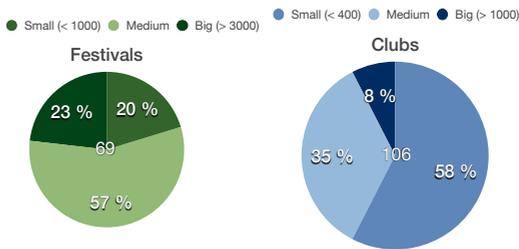
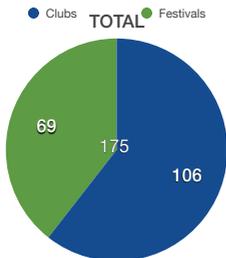
⁴⁰ cf. note de bas de page du chapitre « Prix moyen des billets en comparaison d'autres domaines culturels suisses ».

⁴¹ Qui se monte à 8,50euros, soit 9,30chf au taux actuel (octobre 2016), moitié moins que le prix moyen des lieux PETZI. Ce prix n'a pas été inclus dans l'analyse, car il est absolument illogique de comparer des pays dont les charges payées par les institutions et dont les coûts de la vie sont aussi différents.

⁴² Cf. chapitre « Provenance des artistes selon la typologie des lieux ».

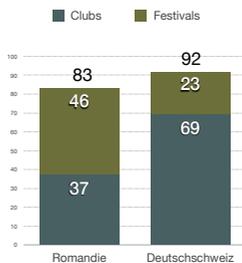
⁴³ Live DMA, Facts and figures 2016, p. 17.

⁴⁴ A noter que la Statistique de poche de la culture de l'OFC parle des salariés dans le domaine des librairies. A côté des 4'000 équivalent temps plein employés auprès des membres PETZI, presque deux fois moins de personnes travaillaient en 2014 dans les 548 librairies suisses : 2'000 équivalent temps plein.

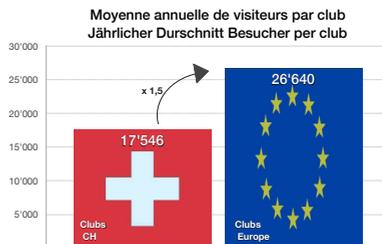
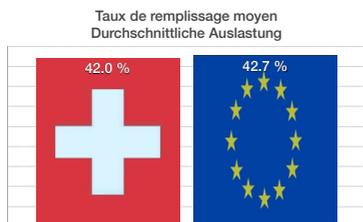


Répartition géographique Geografische Verteilung

Répartition des lieux en Suisse

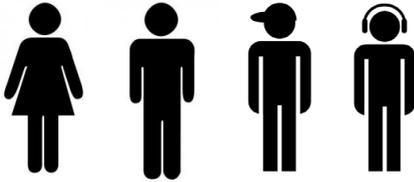


Comparaison Suisse et Europe Vergleich der Schweiz mit Europa

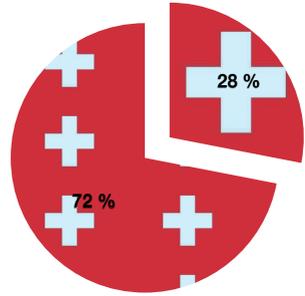


Clubs et festives PETZI: Répartition des lieux en Suisse
Comparaison Suisse et Europe

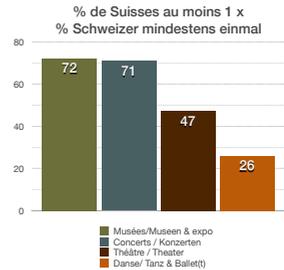
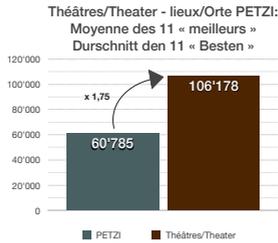
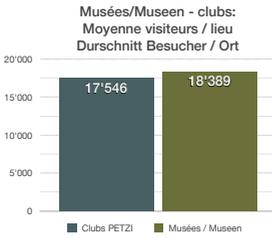
Plus de 2 millions de visiteurs
Mehr als 2 Millionen Besucher



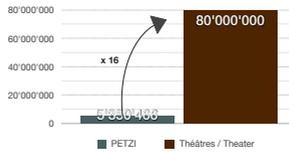
Visiteurs uniques
 Einmalige Besucher



Comparaison avec d'autres domaines artistiques
Vergleich mit anderen künstlerischen Bereichen

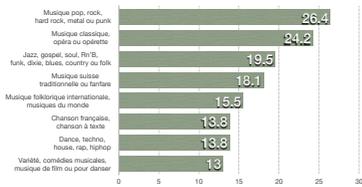


Comparaison avec 1 subvention!
Vergleich mit 1 Subvention!

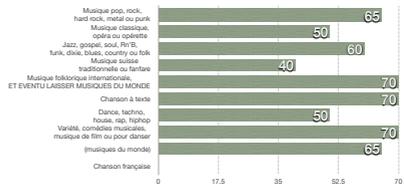


Comparaison avec d'autres domaines artistiques

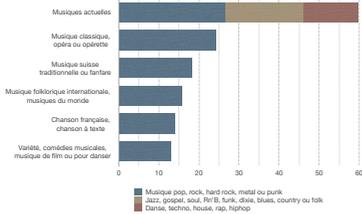
Genres musicaux écoutés en concert (en %)



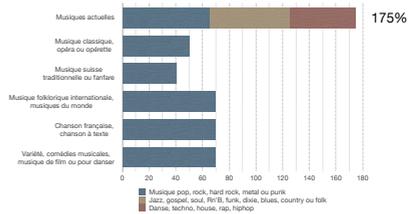
Genre musicaux écoutés à la maison (en %)



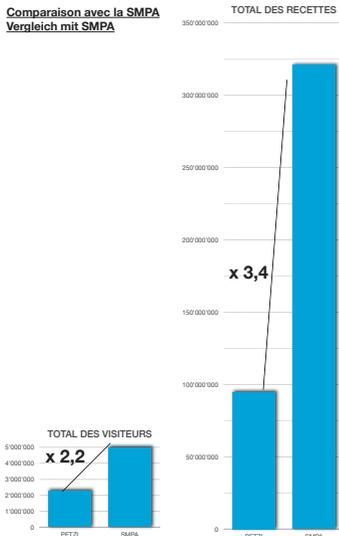
Musiques actuelles écoutées en concert par rapport aux autres genres musicaux (en %) 59,7



Musiques actuelles écoutées à la maison par rapport aux autres genres musicaux (en %) 175%



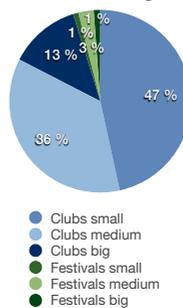
Comparaison avec la SMPA
Vergleich mit SMPA



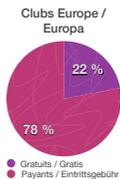
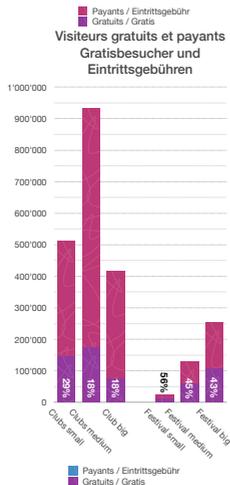
Evénements / Veranstaltungen:
11'314

=> 31 soirées/jour en Suisse
=> 31 Abend / Tag in der Schweiz

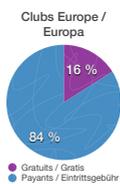
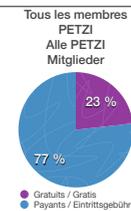
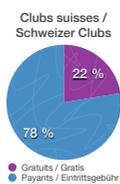
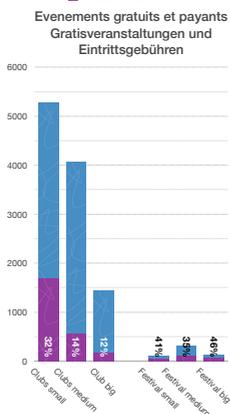
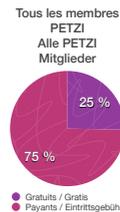
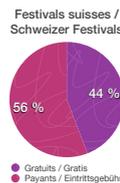
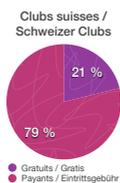
Répartition des événements
Verteilung den Veranstaltungen



Écoutes de la musique en Suisse
Comparaison avec la SMPA, Répartition des événements

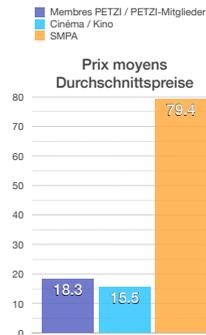
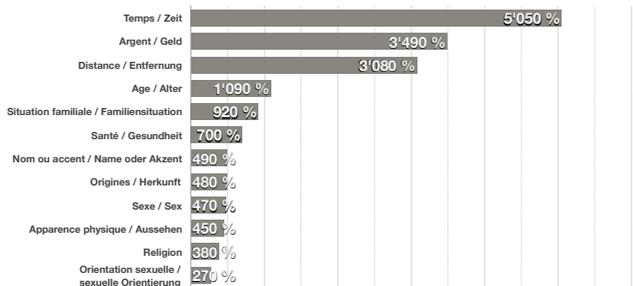


Pourcentage moyen de visiteurs gratuits Durchschnittlicher Anteil der Gratis-Besuche

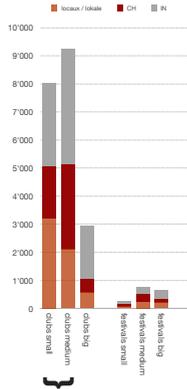


Pourcentage moyen de soirées gratuites Durchschnittlicher Anteil der Gratuisveranstaltungen

Obstacles à la fréquentation culturelle Hinderungsgründe für den Besuch kultureller Veranstaltungen



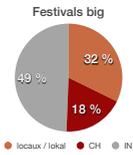
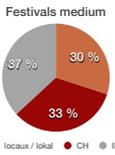
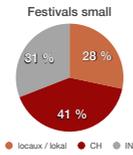
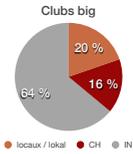
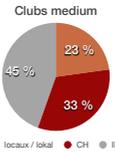
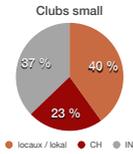
Pourcentage moyen de soirées gratuites
Obstacles à la fréquentation culturelle



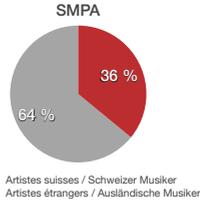
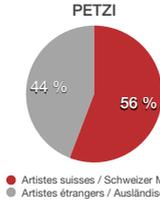
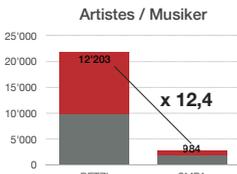
10'165
artistes suisses
Schweizer Musiker

12'203
artistes suisses
Schweizer Musiker

Événements selon la provenance des artistes
Veranstaltungen nach Herkunft der Musiker



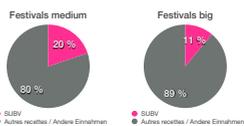
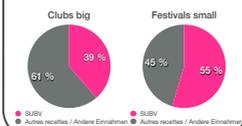
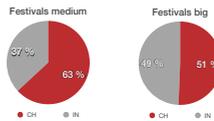
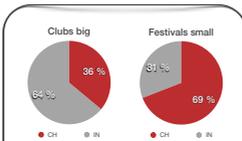
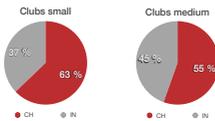
Vergleich mit SMPA



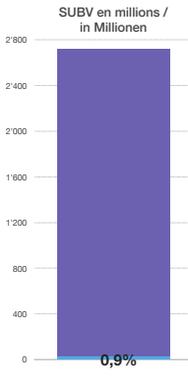
21'857

Pas de relation directe entre les subventions et les artistes suisses...
Keine direkte Beziehung zwischen Subventionen und Schweizer Musiker...

...sauf:
...außer:

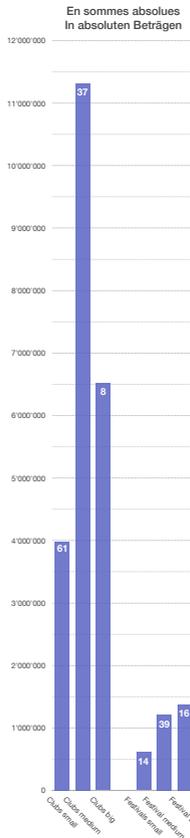
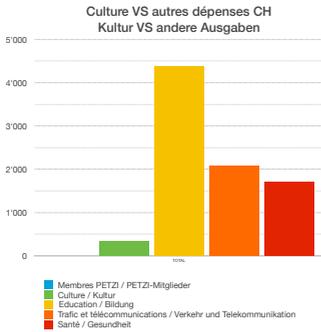


Événements selon la provenance des artistes
Comparaison avec la SMPA



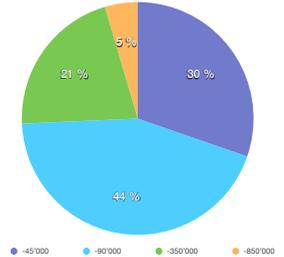
Total des subventions culturelles suisses:
Total schweizer Kultur-Subventionen:
2 milliards 724 millions
337 fr. / habitant
337 fr. / Einwohner

Total des subventions aux membres PETZI:
Gesamtanteil der Subventionen für PETZI-Mitglieder:
25 millions
3,10 fr. / habitant
3,10 fr. / Einwohner

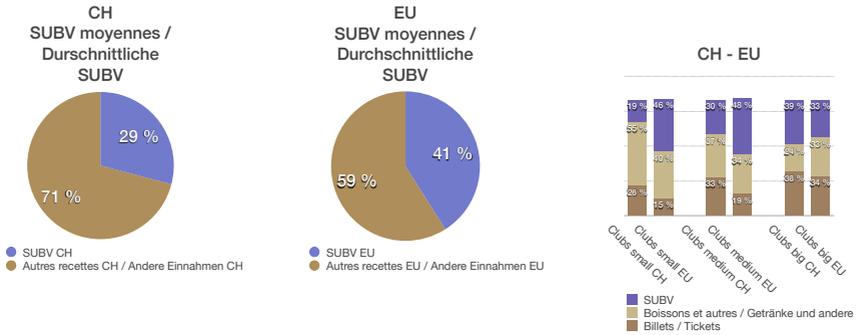


Détails des subventions aux lieux PETZI
Detaillierte Subventionen

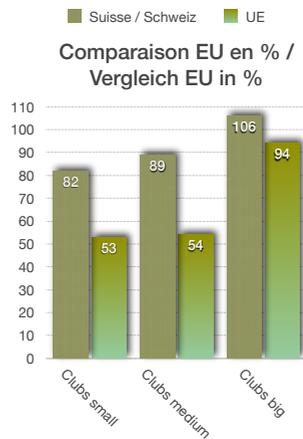
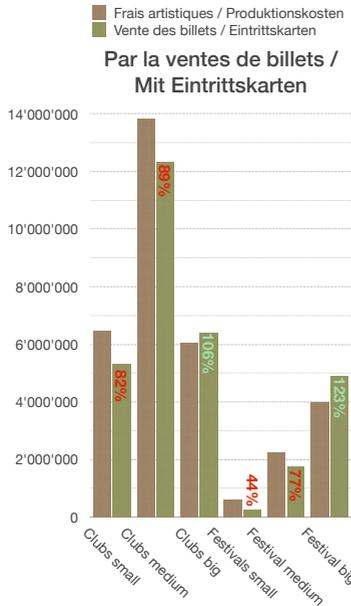
Montant moyen des subventions pour les
membres PETZI /
Durchschnittlicher Subventionenbetrag für
PETZI-Mitglieder



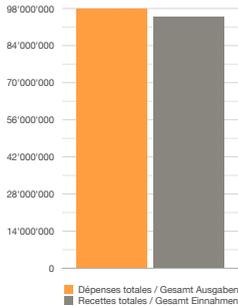
Répartition des recettes Einnahmenverteilung



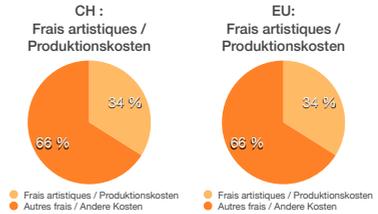
Couverture des frais artistiques Deckung von Produktionskosten



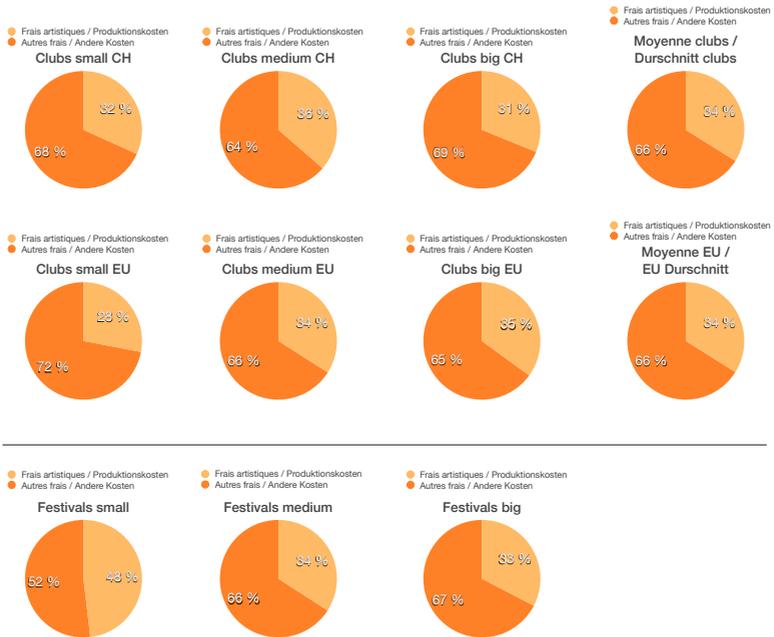
Répartitions des recettes
Couverture des frais artistiques



Total des dépenses des membres PETZI:
Ausgaben-Total bei den PETZI-Mitgliedern:
CHF 100 millions
(CHF 97'803'906.-)

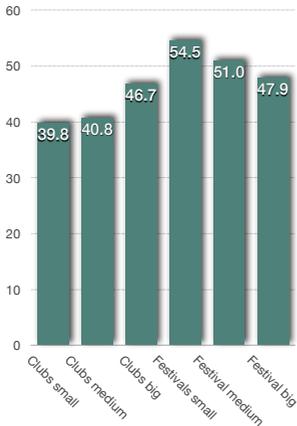


Toujours la même part pour les frais artistiques...
Immer der gleiche Anteil für Produktionskosten...



... sauf dans les petits festivals
... ausser in den Festivals small

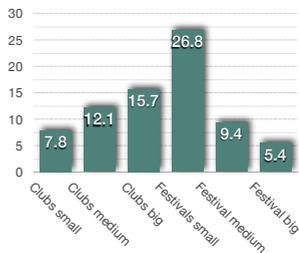
**Au sein des membres PETZI /
bei den PETZI-Mitgliedern**



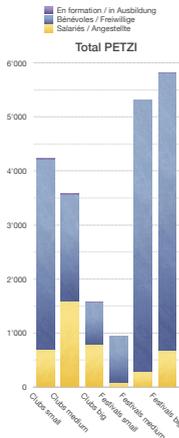
**Moyenne / Durchschnitt:
CHF 43,20.-**

**Coûts par spectateur
Kosten pro Besucher**

**Pour les pouvoirs publics /
Für die Behörden**

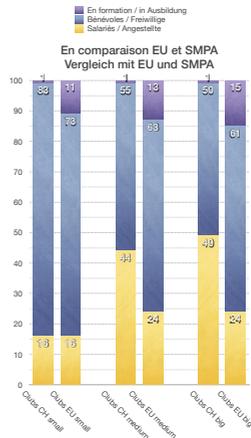


**Moyenne / Durchschnitt:
CHF 11.-**



**4'000 salariés / Angestellte
17'400 bénévoles / Freiwillige
100 en formation / in Ausbildung
=> 21'500 employés / Mitarbeiter**

**Ressources humaines
Human Resources**



Organisation / Remerciements / Contact

La conférence a été organisée par PETZI, l'association faîtière des clubs et festivals de musique actuelle.

Conception : Gil Vassaux, Yves Mer-moud, Oliver Dredge, Albane Schlechten, Yvonne Dünki (comités PETZI), Martino Guzzardo (Amodotuo GmbH) et les deux secrétaires

Coordination de projet : Isabelle von Walterskirchen (coordinatrice PETZI Suisse alémanique), Céline Roduit (coordinatrice PETZI Suisse romande)

Organisation de la conférence : Yvonne Dünki (fyld gmbh), Isabelle von Walterskirchen, Céline Roduit

Modération et ateliers : Martino Guzzardo (Amodotuo GmbH)

Communication et rapport : Jane Wakefield (fyld gmbh), Isabelle von Walterskirchen, Albane Schlechten

Traductions et relectures : Anne-Sylvie Mariéthoz, Julien Vuilleumier, Cécile Maurer (Wording Studio), Verena Bühl (Herzog & Vombach)

Graphisme : Julia Künzi

Statistiques : Stéphanie Arboit

La conférence a été organisée grâce au soutien de l'Office fédéral de la culture, de l'Office fédéral des assurances sociales, de la Conférence suisse des délégués cantonaux aux affaires culturelles et de la Société suisse d'utilité publique (SSUP). Cet événement était placé sous le patronage de la Ville de Berne.

Un grand merci à tous les organisateurs, participants et soutiens et à nos membres pour ce qu'ils font pour la culture!

Pour vos demandes et vos questions, vous pouvez vous adresser à nos secrétaires, où nos coordinatrices vous répondront volontiers.

www.petzi.ch

Suisse alémanique:

Verein PETZI

Isabelle von Walterskirchen

Postfach 678

8038 Zürich

Telefon: +41(0)44 485 58 99

E-Mail: buero@petzi.ch

Romandie

Association PETZI

Albane Schlechten

Rue Jacques Gachoud 1

1700 Fribourg

Telefon: +41(0)26 422 39 04

E-Mail: office@petzi.ch

