

h e g

Haute école de gestion
Genève

Création et organisation d'un événement cinématographique : étude d'un cas pratique



Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Alexis SARTORIO

Conseiller au travail de Bachelor :

Guillaume MATHELIER, chargé de cours HES

Carouge, le 5 août 2014

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière Economie d'Entreprise

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre Bachelor HES en Economie d'Entreprise.

L'étudiant a envoyé ce document par email à l'adresse remise par son conseiller au travail de Bachelor pour analyse par le logiciel de détection de plagiat URKUND, selon la procédure détaillée à l'URL suivante : http://www.orkund.fr/student_gorsahar.asp.

L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seul le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Carouge, le 5 août 2014

Alexis Sartorio

Remerciements

Dans le cadre de la réalisation de ce travail, je tenais à remercier tout spécialement:

L'équipe de Daily Media et particulièrement Yamine Guettari ainsi que Carlos Mühlig pour le temps qu'ils m'ont octroyé et le fait de m'avoir partagé leur expérience,

Guillaume Mathelier, mon conseiller, pour ses propositions et sa disponibilité,

Mes collègues de la HEG et plus particulièrement Mikael Hoyos Pimentel pour ses conseils judicieux,

Florence Bourjas et son aide précieuse pour la réalisation de l'affiche,

Anthony Pièce, gérant de la Salle Centrale, pour son dynamisme et ses idées débordantes.

Résumé

Dans le cadre des études de la filière d'Economie d'Entreprise à la Haute Ecole de Gestion de Genève, les étudiants sont amenés à rédiger un travail de Bachelor. Ce dernier permet de répondre à une problématique en lien avec le monde de l'entreprise.

L'objectif de ce présent travail est de diversifier les activités événementielles de l'entreprise Daily Media et plus particulièrement du journal Daily Movies. En parallèle de ses activités journalistiques, Daily Movies organise annuellement une soirée cinématographique qui connaît un réel succès depuis maintenant cinq ans et aimerait proposer une seconde soirée toujours orientée autour du cinéma.

Ainsi, ce travail propose à l'équipe de Daily Movies un nouveau concept de soirée cinématographique et apporte des recommandations personnalisées au niveau de l'organisation qui gravite autour de ce projet.

La recherche d'une salle, la communication de l'événement ainsi que la méthode pour acquérir les droits de projection sont des exemples de points traités tout au long de ce travail.

Table des matières

| | |
|---|-------------|
| Déclaration | i |
| Remerciements | ii |
| Résumé | iii |
| Liste des tableaux | viii |
| Liste des figures | viii |
| 1. Introduction | 1 |
| 1.1 Présentation de Daily Media | 1 |
| 1.1.1 Historique..... | 1 |
| 1.1.1.1 Passé..... | 1 |
| 1.1.1.2 Présent | 1 |
| 1.1.1.3 Futur | 2 |
| 1.1.2 Organisation..... | 2 |
| 1.1.3 Daily Movies..... | 2 |
| 1.2 Objectifs | 2 |
| 1.3 Méthodologie | 3 |
| 2. Cahier des charges | 5 |
| 2.1 Concept de la soirée | 5 |
| 2.1.1 Thématique | 5 |
| 2.1.2 Nombre de films projetés | 5 |
| 2.1.3 Format | 6 |
| 2.1.4 Version..... | 7 |
| 2.1.5 Choix des films..... | 7 |
| 2.1.6 Interventions | 9 |
| 2.1.7 Titre de la soirée | 9 |
| 2.1.8 Concept retenu | 9 |
| 2.2 Mission de l'événement | 9 |
| 2.3 Objectifs de l'événement | 10 |
| 2.4 Public cible | 10 |
| 3. Organisation | 11 |
| 3.1 Contenu sommaire | 11 |
| 3.2 Besoins principaux | 12 |
| 3.2.1 Hébergement | 12 |
| 3.2.2 Salle, espace à disposition..... | 12 |
| 3.2.2.1 Tableau récapitulatif | 13 |
| 3.2.2.2 Salle Centrale de la Madeleine | 15 |
| 3.2.3 Restauration..... | 16 |
| 3.2.3.1 Matériel conservation / cuisson | 16 |
| 3.2.3.2 Produits proposés | 17 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 3.2.3.3 | Prix de vente..... | 17 |
| 3.2.3.4 | Commandes | 19 |
| 3.2.3.5 | Coûts et recettes | 19 |
| 3.3 | Période idéale..... | 21 |
| 3.3.1 | Identification des freins | 21 |
| 3.3.1.1 | Les vacances scolaires/jours fériés..... | 21 |
| 3.3.1.2 | Les périodes d'examens | 22 |
| 3.3.1.3 | Les festivals / soirées réunissant les cinéphiles..... | 22 |
| 3.3.2 | Agenda récapitulatif de l'année 2015 | 24 |
| 3.3.3 | Résultats..... | 26 |
| 3.4 | Animations | 26 |
| 3.4.1 | Démonstrations de kung-fu | 26 |
| 3.4.2 | Accueil | 26 |
| 3.4.3 | Décoration..... | 27 |
| 3.5 | Scénario de la soirée | 27 |
| 3.5.1 | Les équipes..... | 27 |
| 3.5.2 | Le scénario | 27 |
| 3.6 | Imprévus..... | 28 |
| 3.6.1 | Premiers soins | 28 |
| 3.6.2 | Entretien | 28 |
| 3.6.3 | Sécurité..... | 28 |
| 3.6.4 | Assurances | 28 |
| 4. | Communication | 29 |
| 4.1 | Concept de communication | 29 |
| 4.2 | Plan média..... | 30 |
| 4.2.1 | Presse écrite | 30 |
| 4.2.1.1 | Presse quotidienne nationale | 30 |
| 4.2.1.2 | Presse quotidienne régionale..... | 30 |
| 4.2.1.3 | Presse hebdomadaire régionale et les gratuits..... | 31 |
| 4.2.1.4 | Presse magazine..... | 31 |
| 4.2.1.5 | Communiqué de presse | 32 |
| 4.2.2 | Télévision..... | 32 |
| 4.2.3 | Radio | 33 |
| 4.2.4 | Cinéma | 33 |
| 4.3 | Plan de communication hors média | 34 |
| 4.3.1 | Affichage..... | 34 |
| 4.3.1.1 | Composition..... | 34 |
| 4.3.1.2 | Proposition..... | 36 |
| 4.3.1.3 | Partenariat | 37 |
| 4.3.1.4 | Impression | 37 |
| 4.3.2 | Flyers | 38 |
| 4.3.2.1 | Composition..... | 38 |
| 4.3.2.2 | Lieux de distribution | 38 |
| 4.3.2.3 | Impression | 38 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 4.4 | Web 2.0 | 39 |
| 4.4.1 | Internet | 39 |
| 4.4.1.1 | Site Internet de la soirée | 39 |
| 4.4.1.2 | Agendas culturels | 40 |
| 4.4.2 | Réseaux sociaux | 40 |
| 4.4.2.1 | Facebook | 40 |
| 4.4.2.2 | Autres réseaux sociaux | 41 |
| 4.5 | Et après ? | 42 |
| 4.5.1 | Evaluation de la soirée | 42 |
| 4.5.2 | Horizon d'attente | 43 |
| 5. | Aspect juridique | 44 |
| 5.1 | Droit de projection des films | 44 |
| 5.1.1 | Protection des œuvres | 44 |
| 5.1.2 | Droits d'auteur | 44 |
| 5.1.2.1 | Droits moraux | 44 |
| 5.1.2.2 | Droits patrimoniaux | 45 |
| 5.1.3 | Gestion des droits | 45 |
| 5.1.3.1 | Droits d'exploitation du film | 45 |
| 5.1.3.2 | Droits de la musique | 46 |
| 5.1.3.3 | Droits voisins | 46 |
| 5.1.4 | Marche à suivre | 47 |
| 5.1.4.1 | Récapitulatif théorique | 47 |
| 5.1.4.2 | En réalité | 48 |
| 5.2 | Permission d'organisation | 49 |
| 5.2.1 | Demande d'autorisation | 49 |
| 5.2.2 | Buvettes temporaires | 49 |
| 5.2.3 | Droits de la musique et droits voisins | 50 |
| 5.2.4 | Emoluments et redevances | 50 |
| 6. | Finances | 51 |
| 6.1 | Prélocation | 51 |
| 6.2 | Prix de la soirée | 52 |
| 6.3 | Recettes attendues | 54 |
| | Recommandations | 55 |
| | Conclusion | 57 |
| | Bibliographie | 58 |
| | Annexe 1 Catalogue des films à disposition au 15 janvier 2014 | 62 |
| | Annexe 2 Offre location Salle Centrale | 64 |
| | Annexe 3 Prix de vente petite restauration | 65 |
| | Annexe 4 Commandes petite restauration | 66 |
| | Annexe 5 Scénario de la soirée | 67 |
| | Annexe 6 Communiqué de presse | 69 |

| | |
|--|-----------|
| Annexe 7 Lieux de distribution pour flyers..... | 70 |
| Annexe 8 Formulaire unique manifestations..... | 72 |
| Annexe 9 Demande d'autorisation | 76 |
| Annexe 10 Questionnaire SUI SA | 77 |
| Annexe 11 Plan financier..... | 79 |

Liste des tableaux

| | |
|--|----|
| Tableau 1 : Avantages et inconvénients 35mm / Blu-ray | 6 |
| Tableau 2 : Films projetés | 8 |
| Tableau 3 : Contenu sommaire de la soirée | 11 |
| Tableau 4 : Comparaison de salles | 14 |
| Tableau 5 : Etude des dates de programmation des festivals / soirées | 23 |
| Tableau 6 : Agenda récapitulatif de l'année 2015..... | 25 |
| Tableau 7 : Composition des équipes..... | 27 |
| Tableau 8 : Plan financier sans restauration..... | 52 |
| Tableau 9 : Tableau synthétique des recommandations..... | 55 |

Liste des figures

| | |
|--|----|
| Figure 1 : Méthode d'organisation pour un événement..... | 3 |
| Figure 2 : Proposition d'un visuel pour le titre de la soirée..... | 9 |
| Figure 3 : Photos de la Salle Centrale et du Théâtre de la Madeleine | 15 |
| Figure 4 : Composition de l'assiette moyenne | 18 |
| Figure 5 : Proposition d'affiche pour la soirée..... | 36 |
| Figure 6 : Démarche pour déterminer les droits d'exploitation | 47 |
| Figure 7 : Graphique recettes / charges avant restauration | 53 |

1. Introduction

1.1 Présentation de Daily Media

1.1.1 Historique

1.1.1.1 Passé

Auparavant, Daily Media Sàrl, association à but non lucratif dont le nom était Helvetic'arts, publiait le magazine « Murmures » dédié à tous les domaines de la culture comme la musique, le cinéma, le théâtre ou encore la littérature. Ce magazine gratuit était essentiellement financé par la publicité et sa première parution date de 2005.

Malheureusement, les partenaires publicitaires ont, petit à petit, changé leur stratégie marketing pour ne choisir plus que des supports ciblés, dans un domaine de culture bien particulier, délaissant ainsi la visibilité que pouvait leur offrir le magazine Murmures. Par ailleurs, le fait qu'Helvetic'arts ne soit qu'une association à but non-lucratif n'inspirait plus vraiment confiance aux annonceurs.

Afin de ne pas sombrer dans l'oubli, les dirigeants d'Helvetic'arts décidèrent alors de transformer leur association en Sàrl et de suivre la même stratégie que leurs partenaires publicitaires.

Ainsi, la société à responsabilité limitée Daily Media naquit le 16 février 2012 avec un capital-social de 20'000.- Peu de temps après, elle publiait son premier mensuel dédié à la culture musicale: Daily Rock.

1.1.1.2 Présent

Daily Media Sàrl est aujourd'hui une maison d'édition proposant des mensuels en Suisse romande spécialisés dans la culture populaire. Son but est de promulguer

« toutes activités liées à la culture, notamment dans l'édition, la commercialisation et la distribution de différents médias sur supports physiques et numériques (magazines, journaux, livres, bandes dessinées, affichage, internet, etc.); organisation d'évènements, de concerts, des festivals et de salons; [...] »¹

Le mensuel Daily Rock, présent en Suisse romande, est également accessible en France et au Québec sous forme de web magazine. En plus de Daily Rock, Daily Media publie également un mensuel centré sur l'actualité cinématographique en Suisse romande : Daily Movies.

¹ ETAT DE GENEVE. Registre du Commerce du Canton de Genève. *ge.ch* [en ligne]. 27.06.2014. [Consulté le 27 juin 2014].27.06.2014. [Consulté le 27 juin 2014].

1.1.1.3 Futur

L'objectif ultime de Daily Media vise à séparer toutes les rubriques de l'ancien magazine Murmures en différents médias. A l'avenir, Daily Media prévoit également de créer un mensuel dédié aux jeux vidéos (Daily Games) et aux films horrifiques (Daily Horror). Ces deux projets ne sont pour l'instant que des pages Facebook mais pourront être réalisés sur papier si le nombre de fans s'accroît par la suite.

1.1.2 Organisation

Daily Media compte trois employés à temps plein : David Margraf est directeur de publication et responsable marketing pour le mensuel Daily Rock. Carlos Mühlig possède le même titre pour le journal Daily Movies. Tous deux sont associés fondateurs de Daily Media et sont accompagnés de leur assistante Laure Noverraz.

Aussi, les deux associés fondateurs ont développé un réseau de bénévoles les aidant dans leur tâche. Joelle Michaud, par exemple, est rédacteur en chef de Daily Rock et Yamine Guettari rédacteur en chef de Daily Movies.

1.1.3 Daily Movies

Daily Movies est un mensuel indépendant créé en 2008, publié à 30'000 exemplaires en Suisse romande et distribué dans les cinémas, les vidéoclubs, les festivals, les magasins multimédias, etc. Il propose des critiques de films en salle et en DVD et offre un aperçu sur les festivals cinématographiques de la région. Les blockbusters hollywoodiens, tout comme les films d'auteurs suisses et étrangers, y sont traités.

A côté de ses activités journalistiques, l'équipe de Daily Movies est à l'origine d'un événement cinématographique dédié au cinéma de mauvais goût : la « NanarParty ». Cette soirée spéciale cible avant tout les cinéphiles amateurs de films risibles de série B surnommés « nanars ». Cette soirée est la seule de son genre à être organisée dans le canton de Genève.

Vu le succès rencontré à cette occasion depuis maintenant cinq ans, l'équipe de Daily Movies voudrait se diversifier et proposer ainsi une deuxième soirée spéciale, toujours centrée autour du cinéma.

1.2 Objectifs

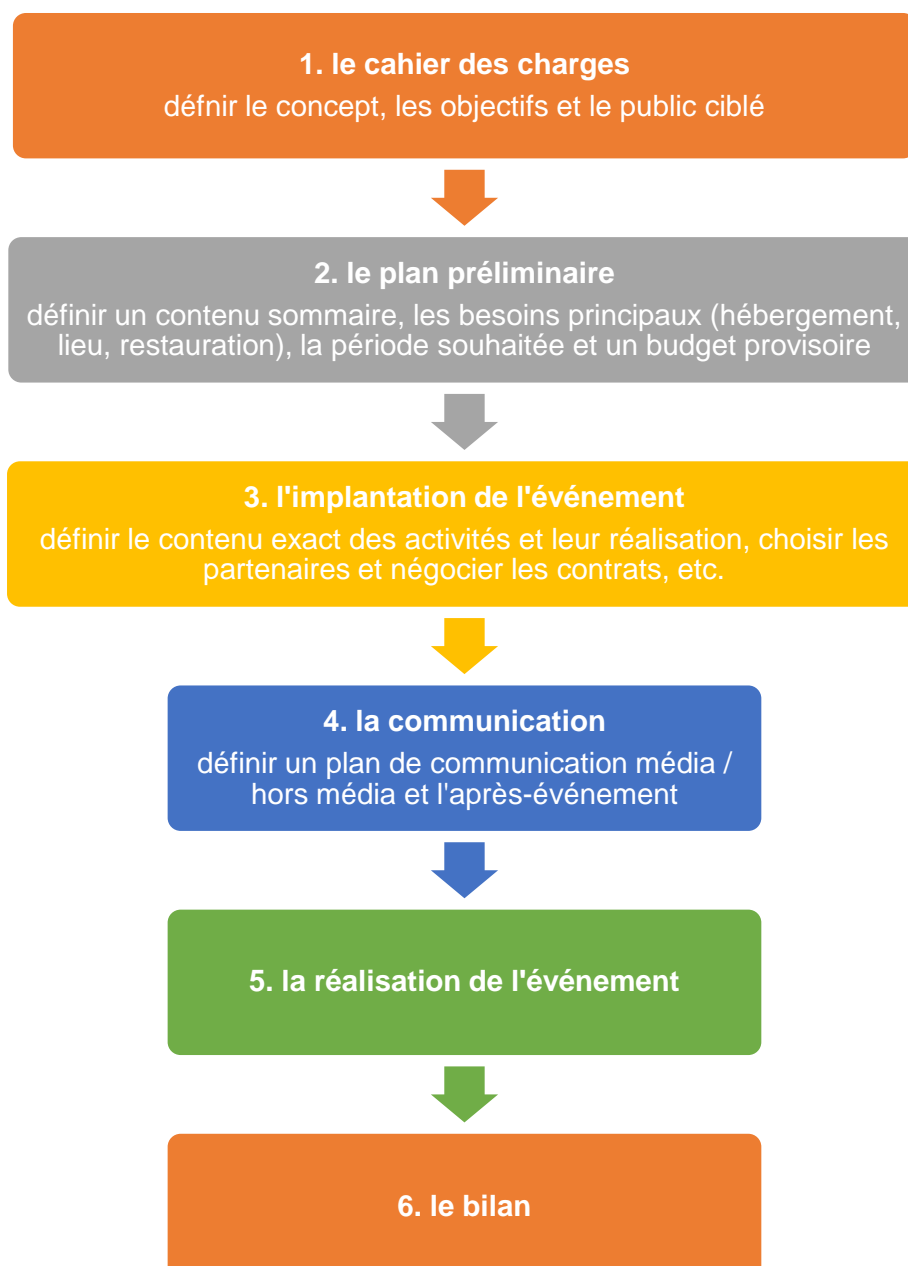
L'objectif de ce travail de Bachelor est de soumettre des idées et de proposer des solutions pour la création et l'organisation d'un événement cinématographique en partenariat avec le journal Daily Movies. Le but est de fournir à l'équipe de Daily

Movies un mode d'emploi dans lequel différentes solutions seraient analysées et de proposer finalement les recommandations qui semblent les plus adéquates.

1.3 Méthodologie

Les étapes de conception et d'organisation retenues sont essentiellement inspirées de la méthode proposée par Lyne Branchaud (2011, p.6) dans son ouvrage « *L'organisation d'un événement - guide pratique* » aux éditions Presses de l'Université du Québec ainsi que de l'ouvrage de Philippe Claveau (2005, p.8) « *Management de projets événementiels – Mode d'emploi pour les associations et les entreprises* » publié par les Presses universitaires de Grenoble.

Figure 1 : Méthode d'organisation pour un événement



Dans le cadre de ce travail, notre réflexion s'est arrêtée au point 4 relatif à la communication, la réalisation de l'événement (point 5) représentant la concrétisation des étapes précédentes.

C'est dans un souci de synthèse que le plan préliminaire (point 2) et l'implantation de l'événement (point 3) ont été réunis dans un chapitre unique nommé « Organisation ».

En outre, nous avons préféré dédier un chapitre à part entière en fin de travail pour les points relatifs au budget, tout comme pour la partie juridique de l'événement.

2. Cahier des charges

2.1 Concept de la soirée

2.1.1 Thématique

L'idée initiale de ce projet fut de recréer à Genève un genre de QT Film Festival : manifestation semi-annuelle à Austin au Texas organisée par le réalisateur de films Quentin Tarantino en personne dans laquelle ce dernier projette des œuvres qui ont marqué sa filmographie.²

Ainsi, l'idée de base était de proposer une soirée durant laquelle les spectateurs pouvaient (re)découvrir des fleurons de genre que Tarantino affectionne particulièrement : un film représentant le western « à l'italienne », un film marquant de la blaxploitation (genre spécifique des années 70 mettant en scène des personnes de couleurs noires) et un film de kung-fu chinois.

Cependant, il aurait été compliqué légalement de communiquer l'événement sur le seul nom de Tarantino, d'autant plus qu'il y a déjà trop de festivals cinématographiques organisés sur le canton de Genève selon l'équipe de Daily Movies.

La solution qui a été finalement adoptée était de se concentrer sur un des trois genres proposés plus haut afin de créer une soirée et non pas un festival. Le **cinéma de kung-fu chinois** a été choisi parce que ce dernier permet plus de marge de manœuvre dans l'organisation d'activités annexes dans la soirée, comme par exemple proposer à une école de kung-fu sur Genève de faire une démonstration sur scène en complément des films projetés.

2.1.2 Nombre de films projetés

La question du nombre de films projetés s'est ensuite naturellement posée. La première solution fut de proposer deux classiques du cinéma de kung-fu et de terminer la soirée par un film plus obscur et dans un style plus « nanar » pour ainsi faire le lien avec la « Nanar Party » organisée traditionnellement par Daily Movies.

Cependant, le fait de projeter trois films en une soirée, en plus des chorégraphies sur scène et autres activités, ferait terminer la soirée trop tard. Nous avons donc préféré nous contenter de **deux films** pour cet événement.

Le fait de projeter deux classiques du cinéma kung-fu a aussi été un argument important dans la négociation. En effet, si la soirée revenait à se répéter dans le futur, il

² Quentin Tarantino Film Festival. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 9 mars 2014 à 10 :23. [Consulté le 03.02.2014].

serait préférable, dans le cadre d'une première manifestation, de proposer au public des films avec des acteurs de kung-fu connus qui ont fait date dans l'histoire du cinéma afin de brasser un public multiple.

Si la soirée devait se répéter, il serait alors possible de proposer des films de kung-fu moins connus après avoir acquis la confiance du public.

2.1.3 Format

Les deux formats proposés étaient soit le 35 mm, soit le format Blu-ray. Voici un tableau résumant les avantages et les inconvénients pour chacun d'entre eux :

Tableau 1 : Avantages et inconvénients 35mm / Blu-ray

| 35mm | |
|--|--|
| Avantages | Inconvénients |
| Image et son rétro (avec scratches à l'écran, etc.) plébiscités par les cinéphiles | Frais d'acquisition d'une copie entre 160.- et 380.- auprès de la Cinémathèque Suisse, sans compter les frais de transport aller/retour et les assurances à charge du locataire ³ |
| | Nécessite d'avoir déjà en salle un matériel adapté pour projeter la bobine, ce qui est plutôt rare aujourd'hui |
| | Version unique selon la disponibilité |
| Blu-ray | |
| Avantages | Inconvénients |
| Excellente qualité d'image | Image moins rétro que le 35 mm |
| Plaît à un public plus large | Nécessite un projecteur Haute Définition |
| Disponible facilement dans le commerce pour environ 30.- | |

³ Selon un échange de mails avec M. Yamine Guettari, rédacteur en chef du journal Daily Movies

Le 35 mm étant trop contraignant, nous avons décidé d'opter pour le **format Blu-ray**.

2.1.4 Version

Pour une soirée essentiellement ciblée pour les cinéphiles, la **version originale sous-titrée français** (VOstfr) reste préférable à une version française (VF), ne serait-ce que par respect pour l'œuvre originale.

2.1.5 Choix des films

Afin de sensibiliser le plus de monde possible pour une première édition, il a été décidé de projeter des classiques du cinéma de kung-fu, sans pour autant tomber dans le cliché qui aurait été de choisir, par exemple, un film de Bruce Lee. L'objectif est de proposer un des premiers classiques de ce cinéma et un classique plus moderne sur la base de la liste des versions Blu-ray disponibles sur le marché français que le lecteur peut retrouver à l'annexe 1. Après maintes discussions et propositions, celle qui fut retenue est présentée ci-dessous :

Tableau 2 : Films projetés

| Films projetés | |
|--|---|
| <p>« <i>La 36^e Chambre de Shaolin</i> » de Liu Chia-Liang (1978)</p> | <p>« <i>Il était une fois en Chine</i> » de Tsui Hark (1991)</p> |
|  |  |
| <p>Source : FALCORD, 2008. <i>La 36^e chambre de Shaolin</i>. jeuxvideo.org [en ligne]. [Consulté le 3 février 2014].</p> | <p>Source : SEVENSEPT, 2013. <i>Trilogie Il était une fois en Chine</i>. sevensept.com [en ligne]. [Consulté le 3 février 2014].</p> |

En plus d'être des classiques inconditionnels du cinéma de kung-fu, ces deux films ont l'avantage de mettre en scène des vedettes de renommée internationale : Gordon Liu (qui a tourné pour *Kill Bill* de Tarantino) et Jet Li.

De surcroît, les combats ont été dirigés par les deux plus grands chorégraphes du cinéma chinois que sont Liu Chia-Liang pour le premier et Yuen Woo-Ping pour le deuxième. Ce dernier a d'ailleurs eu une carrière internationale puisqu'il a travaillé sur les chorégraphies de *Matrix* et de *Kill Bill*.

De plus, les styles adoptés diffèrent d'un film à l'autre : « *La 36^e Chambre de Shaolin* » est doté de peu d'effets spéciaux et reste très réaliste. Par contre, « *Il Etait une fois en Chine* » adopte l'utilisation de câbles lors des séquences de kung-fu et s'inscrit donc dans un courant plus moderne.

2.1.6 Interventions

Afin de proposer un concept original, nous avons décidé, en collaboration avec Daily Movies, de proposer à une école de kung-fu sur Genève de faire une démonstration de leur art sur scène, avant la projection de chaque film.

De plus, un animateur de l'équipe d'organisation introduira la soirée et remettra les films dans leur contexte avant chaque projection.

2.1.7 Titre de la soirée

A la suite d'une séance de brainstorming avec l'équipe de Daily Movies, il a été décidé de donner à la soirée le titre de « *Kung-fu Movie Night* ». Ce titre résume en effet clairement les points forts de la manifestation et n'induit pas le spectateur en erreur au sujet du concept.

Figure 2 : Proposition d'un visuel pour le titre de la soirée



The image shows the title 'KUNG-FU MOVIE NIGHT' in a bold, blocky, red font with a white outline. The letters are thick and have a slightly distressed or hand-drawn appearance. The text is centered and occupies the middle of the page.

source : Alexis Sartorio (2014)

2.1.8 Concept retenu

Le kung-fu sera à l'honneur à l'occasion de cette soirée spéciale baptisée « *Kung-fu Movie Night* ». Deux classiques du cinéma de kung-fu chinois seront projetés sur format Blu-ray et en VOSTFR. Avant la projection de chaque film, une école de kung-fu de Genève fera une démonstration de kung-fu sur scène. Un animateur assurera le bon déroulement de la soirée et fera une brève introduction de chaque film avant leur projection. Les spectateurs auront la possibilité de se restaurer pendant les pauses / entractes et se verront proposer de la nourriture et des boissons asiatiques essentiellement.

2.2 Mission de l'événement

Créer un événement qui met en avant la pratique du kung-fu par le biais du cinéma dans le but de diversifier les activités événementielles du journal Daily Movies et de divertir le public ciblé.

2.3 Objectifs de l'événement

Pour la première soirée kung-fu, les objectifs suivants ont été établis en accord avec le rédacteur en chef de Daily Movies :

- Réunir environ 200 personnes
- Atteindre au minimum le seuil de rentabilité
- Augmenter la notoriété du journal Daily Movies par le biais du marketing événementiel

« Le marketing événementiel regroupe l'ensemble des techniques marketing qui consiste à monter des événements plus ou moins inhabituels ou exceptionnels pour promouvoir une marque, un produit ou une organisation. »⁴

2.4 Public cible

La soirée s'adresse principalement aux publics suivants :

- **Cibles prioritaires** : cinéphiles et personnes actives / étudiants (Collège, Université) ayant un intérêt pour le kung-fu – proportion entre 60 et 70 % - âge entre 16 et 40 ans environ.
- **Cibles secondaires** : membres des écoles de kung-fu, communauté chinoise de Genève – proportion entre 30 et 40 %

⁴ BATHELOT, Bertrand, 2011. Définition Marketing événementiel. *definitions-marketing.com* [en ligne]. 3 janvier 2011. [Consulté le 27.06.2014].

3. Organisation

3.1 Contenu sommaire

Tableau 3 : Contenu sommaire de la soirée

| <i>Kung-fu Movie Night</i> | |
|-----------------------------------|---|
| 19h00 | Ouverture de la billetterie – Accueil |
| 19h45 | Introduction de la soirée |
| 20h00 | Première démonstration de kung-fu |
| 20h15 | Projection du film « La 36 ^e Chambre de Shaolin » (111 minutes) |
| 21h15 | Entracte (15 minutes) |
| 21h30 | Reprise de la projection du film « La 36 ^e Chambre de Shaolin » |
| 22h30 | Pause de 30 minutes |
| 23h00 | Deuxième démonstration de kung-fu |
| 23h15 | Projection du film « Il Etait une Fois en Chine » (134 minutes) |
| 00h15 | Entracte (15 minutes) |
| 00h30 | Reprise de la projection du film « Il Etait une Fois en Chine » |
| 01h30 | Fin de la soirée |

3.2 Besoins principaux

Dans son ouvrage, Lyne Branchaud (2011, p.20) détermine trois besoins principaux à couvrir absolument lors d'un événement :

- Hébergement
- Salle, espace à disposition
- Restauration

3.2.1 Hébergement

Etant donné que l'événement est local et que nous n'avons pas l'intention d'inviter des personnes qui auraient besoin d'un hébergement (c'est-à-dire de dormir pendant la nuit), que ce soit avant, pendant ou après l'événement, nous pensons donc que nous n'avons pas besoin de traiter ce point. Nous partons aussi du principe que le public se loge lui-même à la suite de l'événement.

3.2.2 Salle, espace à disposition

Le site www.salles-geneve.ch propose une multitude de salles sur Genève qu'il est possible de louer pour une manifestation. Afin de trouver la salle qui serait adaptée à notre projet, nous avons concentré nos efforts sur celles qui ont ou qui proposent déjà des projections de films.

Il fallait donc exclure de notre liste les salles de conférence, les auditoriums d'universités type Uni-Mail, les salles adaptées pour des concerts (comme la salle Frank Martin du Collège Calvin), les salles de réunion, les salles communales, les salles des fêtes, etc.

Nous n'avons également pas pris en compte les auldas d'écoles spécialisées comme l'auditorium de l'hepia (haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève) ou de l'UOG (Université Ouvrière de Genève) car l'image de l'établissement est trop éloignée par rapport à l'image désirée de la soirée. Comme le mentionne Lyne Branchaud (2011, p.31) dans son ouvrage, « *il peut être intéressant de sélectionner un endroit en fonction de l'orientation de l'événement* ». En effet, une soirée dédiée au cinéma à l'intérieur d'un univers orienté ingénierie ne serait pas adapté.

Nous nous sommes renseignés également auprès des cinémas indépendants de Genève comme le Cinéma Bio à Carouge, Les Scala, le Nord-Sud et le City pour savoir s'ils seraient d'accord de louer une salle lors d'une soirée. Les réponses étaient unanimes : il est impossible de déprogrammer des films car le manque à gagner serait trop élevé.

De même, les cinémas Pathé nous ont fait comprendre qu'ils n'étaient pas intéressés par le concept de la soirée.

3.2.2.1 Tableau récapitulatif

Afin de résumer les possibilités qu'il nous restait, l'élaboration d'un tableau récapitulatif nous paraissait nécessaire.

Sur la base d'un idéal-type de salle de cinéma, nous avons pu élaborer une série de critères divisés entre critères prioritaires et critères secondaires.

Les **critères prioritaires** sont ceux qui nous paraissent absolument nécessaire afin de réaliser la soirée :

- La salle doit avoir un minimum de 200 places
- Le matériel de projection doit pouvoir supporter un support Blu-ray et doit donc être en Haute Définition
- Il doit y avoir un espace scénique suffisamment grand sur lequel les écoles de kung-fu pourront faire leur démonstration
- Un espace de discussion / bar / restauration doit être sur place afin de proposer de la nourriture et des boissons à l'audience pendant les pauses.

Chaque salle qui ne possède pas un des quatre critères prioritaires se voit éliminée de la liste des prétendants (marquée en **rouge** dans le tableau).

Pour les salles restantes, ce sont les **critères secondaires** qui vont nous permettre de les départager :

- La salle est déjà équipée d'un écran de projection
- La salle jouit d'une bonne situation, proche des transports publics
- Elle possède des sièges types fauteuils de cinéma
- Elle possède un accès pour les personnes handicapées
- Son prix de location ne doit pas être exorbitant et doit, dans l'idéal, être bon marché par rapport aux autres offres.

Les salles restantes qui possèdent un critère secondaire faible par rapport aux autres se voient éliminées (marquées en **orange** dans le tableau).

La salle restante est celle qui répond aux critères prioritaires et secondaires. Ce sera finalement la salle choisie pour l'événement (marquée en **vert** dans le tableau).

Tableau 4 : Comparaison de salles

| Salle | Adresse | Critères prioritaires | | | | Critères secondaires | | | | | Adresse web | Contact |
|-------------------------------------|------------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------|-------------------------------|----------------------|------------------------------------|------------------|------------------|------------------------------|---|---------------------------|
| | | Nombre places (min. 200) | Matériel projection HD | Espace scénique | Bar/espace restauration | Ecran projection | Accès transports publics | Fauteuils cinéma | Accès handicapés | Prix de location | | |
| Salle Broadway (UPTOWN Geneva) | Rue du Cercle 6 | 460 places | oui | 90 m ² | Espace lounge/bar | oui | A quelques mètres de la gare | oui | non | 3900.- location salle | http://www.uptown-geneva.ch/les-salles/broadway-salle-concert-et-spectacle/description-et-photos | Emmanuel Clerc |
| Salle Michel Simon (Grütli) | Rue du Général-Dufour 16 | 200 places | | trop étroit | Espace de discussion sans bar | oui | Entre Plainpalais et Place Neuve | oui | | | http://www.cinemas-du-grütli.ch/infos-pratiques | Alfio Di Guardo |
| Spoutnik | Place des volontaires 4 | 70 places | oui | oui | Bar | oui | Proche de l'arrêt Stand | oui | | | http://www.spoutnik.info/spoutnik/4-la-salle | |
| Cinélux | Boulevard de Saint-Georges 8 | 106 places | | | | oui | Quartier de la Jonction | oui | | | http://www.cinelux.ch/ | |
| Théâtre de l'Usine | Rue de la Coulouvrenière | 80 places | | oui | | oui | Proche de l'arrêt Stand | non | | | http://www.theatredelusine.ch/le-theatre/technique/ | |
| Ciné 17 | Rue de la Corratérie 17 | 82 places | oui | | | oui | Proche de Place Neuve | oui | oui | | http://www.cine17.ch/ | |
| Salle Centrale Madeleine | Rue de la Madeleine 10 | 500 places | oui | oui | oui | oui | Proche de l'arrêt Place du Molard | oui | oui | Environ 2000.- au total | http://www.sallecentrale.ch/theatre.html | Anthony Pièce |
| Ciné-Saussure (Collège de Saussure) | Vieux-Chemin-d'Onex 9 | 400 places | oui | oui | | oui | Petit-Lancy | non | oui | Environ 2'000.- au total | | Valère Porchet |
| Auditorium fondation Arditi | Avenue du Mail 1 | 436 places | oui | non | Espace bar | oui | A côté de la Plaine de Plainpalais | non | oui | Environ 4'000.- au total | http://www.auditorium-arditi.ch/# | location.salle@etat.ge.ch |

Sources: adresse web de la salle concernée ; informations reçues par mail ; Alexis Sartorio (2014)

3.2.2.2 Salle Centrale de la Madeleine

Après avoir choisi la Salle Centrale de la Madeleine, nous avons rendu visite à son gérant. Ce dernier a manifesté un enthousiasme prononcé pour notre concept, étant un fan de ce genre de cinéma et ayant déjà organisé des séances privées de films de kung-fu dans ce même lieu !

La Salle Centrale possède, en outre, un charme particulier qui ne déplaîra pas aux cinéphiles : accueil et vestiaire vintage, grande salle avec fauteuils rouges, balcons, etc.

Le montant de location a été également accepté par Daily Media. Ce montant est de **2'150.-** et comprend la location de la salle, les frais de nettoyage ainsi que la location du projecteur Haute Définition, l'utilisation du bar étant offerte par le gérant. L'offre peut être retrouvée à l'annexe 2. Pour cet événement, le gérant autorise les spectateurs à consommer des boissons et des aliments à l'intérieur de la salle lors des projections. Cela engendre des coûts supplémentaires de nettoyage qui ont été rajoutés dans l'offre annexée.

Voici quelques photos qui aideront le lecteur ne connaissant pas la salle à se faire une idée du lieu :

Figure 3 : Photos de la Salle Centrale et du Théâtre de la Madeleine



source : SALLE CENTRALE DE LA MADELEINE, 2012. Présentation du théâtre et données techniques. *Salle Centrale de la Madeleine* [en ligne]. [Consulté le 4 février 2014].

Le Théâtre de la Madeleine jouit d'une excellente acoustique et possède un total de 500 places. Il est équipé d'un écran de cinéma de 5m70 x 3m50, d'un système d'éclairage comprenant 34 spots. Il est également possible de louer un projecteur HD ainsi qu'un lecteur Blu-ray. Son équipement sonore fournit une puissance d'environ 1000 watts.⁵

Le hall de la Salle Centrale comporte un guichet, un local de service, un vestiaire, un bar/comptoir, et des espaces d'affichages.⁶

3.2.3 Restauration

Nous avons l'intention de proposer de la petite restauration à consommer sur place pendant la soirée et plus particulièrement lors des entractes et des pauses.

Afin de rester fidèle à notre concept et de permettre aux spectateurs de s'imprégner de l'ambiance, nous proposerons essentiellement de la restauration asiatique / exotique à l'attention d'un public principalement occidental.

Daily Movies nous a conseillé de nous fournir auprès du grossiste alimentaire Aligro afin d'accéder à des prix relativement bas. De surcroît, ce grossiste a la capacité de reprendre les packs de boissons invendus.

Le choix d'un traiteur avait été envisagé et aurait, de ce fait, simplifié l'organisation de l'événement. Cependant, leurs prix étant en général plus élevés que ceux d'Aligro, nous avons dû y renoncer.

3.2.3.1 Matériel conservation / cuisson

Le gérant de la Salle Centrale met à notre disposition

- 2 frigos d'environ deux mètres de haut
- 1 congélateur
- 1 micro-onde

Comme nous aimerions proposer des plats à base de produits surgelés à cuire à la vapeur ainsi que du riz, nous avons encore besoin de

- 2 cuiseurs à riz comme le Satrap Ricecook de la Coop (4 personnes par cuiseur pour 20 minutes de cuisson)
- 2 appareils cuisson vapeur comme le Satrap Vitacook de la Coop (environ 15 minutes de cuisson)

⁵ SALLE CENTRALE DE LA MADELEINE, 2012. Présentation du théâtre et données techniques. *Salle Centrale de la Madeleine* [en ligne]. [Consulté le 3 février 2014].

⁶ VILLE DE GENEVE. Détails Salle Centrale de la Madeleine. *Salles-Genève* [en ligne]. [Consulté le 3 février 2014].

Ces appareils nous seront prêtés par une connaissance qui a l'habitude de les utiliser.

3.2.3.2 Produits proposés

Après avoir effectué une visite dans le magasin Aligro aux Vernets (ce dernier ne mettant pas de catalogue à disposition sur son site Internet), nous avons choisi les produits suivants par catégorie :

Surgelés (à cuire à la vapeur)

- Ravioli chinois
- Gyoza poulet / légume

Riz

Chips aux crevettes

Sauces

- Sauce soja claire / champignons
- Sauce douce aux piments

Boissons

- Bière chinoise TsingTao
- Jus de fruits Grenade / Mangue / Fruits de la Passion

Les aliments seront servis dans une vaisselle jetable. Nous proposerons des bols dans lesquels pourront être par exemple servis les raviolis mélangés avec du riz. Des gobelets de 3dl seront à disposition pour les boissons, ainsi que des fourchettes et des couteaux.

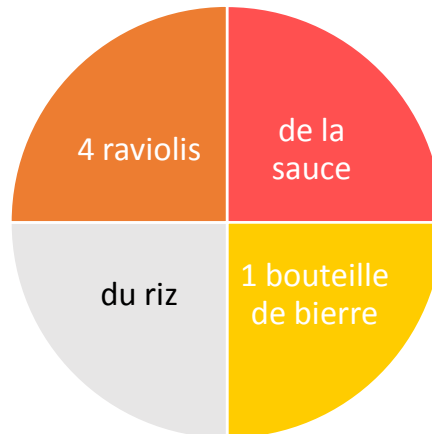
3.2.3.3 Prix de vente

Afin de calculer les prix de vente, nous nous basons sur la méthode du calcul de l'assiette moyenne.

Il nous faut donc tout d'abord connaître la composition d'une assiette moyenne pour en déterminer, dans un deuxième temps, le prix de revient. Par la suite, nous pourrions déterminer le prix de vente et finalement notre marge bénéficiaire.

L'assiette moyenne (ou consommation moyenne) représente ce qu'une personne pourrait consommer pendant la totalité de la soirée. L'assiette moyenne pourrait être composée de :

Figure 4 : Composition de l'assiette moyenne



source : Alexis Sartorio (2014)

Le paquet de raviolis chinois que nous comptons acheter pour la soirée coûte 11.50 CHF et contient 30 pièces. Grâce à une simple règle de trois, nous savons que 4 pièces nous coûtent environ 1.50 CHF. De même, le kilo de riz que nous comptons acheter au prix de 10.50 CHF représente 6 paquets avec l'indication que 4 personnes peuvent être nourries par paquet. Par division, nous obtenons un coût de revient par personne d'environ 0.5 CHF. Le prix de revient par personne de la sauce (0.4 CHF) et de la bière (1.50 CHF) ont été calculés de la même manière que les deux produits cités plus haut.

Le prix de revient par assiette moyenne est donc de : $1.5 + 0.5 + 0.4 + 1.5 = \underline{3.9 \text{ CHF}}$.

En règle générale, nous pensons qu'une personne serait prête à payer environ 10 CHF pour pouvoir consommer une assiette moyenne lors d'un événement. Nous admettons donc que le prix de vente de l'assiette moyenne s'élève à 10 CHF.

Par simple soustraction du prix de vente avec le prix de revient, nous obtenons une marge par assiette moyenne de 6.1 CHF, ce qui représente un pourcentage de 156.4 %.

Nous nous basons sur ce dernier chiffre afin de déterminer notre marge et les prix de vente de nos produits pour une personne en arrondissant toujours aux 50 centimes les plus proches. Pour les boissons, la marge est, en règle générale, plus élevée. C'est pourquoi, nous la fixons à 200 %. Les prix de vente peuvent être trouvés à l'annexe 3.

3.2.3.4 Commandes

Il est difficile d'estimer le nombre d'articles que nous devons commander puisque notre soirée ne connaît pas encore d'antécédent. Nous ne possédons donc pas de chiffres sur lesquels nous pourrions nous baser. C'est pourquoi nous devons nous appuyer sur des hypothèses.

Nous prenons donc l'hypothèse que 200 personnes viendront à la soirée et que la moitié consommera une assiette moyenne, c'est-à-dire 100 personnes. Il va de soi que si nous connaissons à l'avance le nombre de spectateurs (notamment grâce au système de prélocation), nous pourrions revoir nos hypothèses en conséquence.

En ce qui concerne les boissons, nous prenons l'hypothèse que la totalité des personnes en consommeront, c'est-à-dire 200 personnes. Les boissons sont, en règle générale, plus consommées pendant les soirées. Il n'est d'ailleurs pas gênant d'avoir une marge sur les commandes de boissons, étant donné qu'Aligro s'engage à reprendre les palettes invendues.

Pour le calcul des commandes, nous avons dû tout d'abord déterminer le nombre de personnes qu'il est possible de nourrir par article acheté. Ensuite, nous avons déterminé le nombre d'articles à commander en divisant le nombre de personnes estimées (100) par le nombre de personnes à nourrir par article, le tout divisé de nouveau par le nombre de produits dans une catégorie.

Par exemple, le nombre de sachet de raviolis chinois à commander a été calculé comme suit : (100 personnes estimées / 7.5 personnes que l'on peut nourrir par paquet) / 3 produits dans la catégorie « surgelés ». Le tout a été arrondi à l'entier le plus proche.

Afin de trouver le prix de revient, il suffit simplement de multiplier le nombre de produits à commander avec le prix d'achat du même produit à l'unité.

Les chiffres peuvent être retrouvés à l'annexe 4.

3.2.3.5 Coûts et recettes

Recettes

Les recettes hypothétiques ont été calculées en prenant le nombre de personnes prêtes à consommer une assiette moyenne par le prix de vente de cette même assiette (100*10 CHF = 1'000 CHF). Il convient de rajouter à ce montant les recettes effectuées sur les boissons que nous avons calculées en prenant 100 personnes * 7 CHF

(moyenne des prix de vente des boissons) = 700 CHF. Les recettes attendues sont donc de **1'700 CHF**.

Charges

La vaisselle est bien entendu à notre charge et ne sera pas facturée à la clientèle.

Les charges peuvent être surévaluées à cause des boissons commandées en trop. S'il s'avérait que nous avons commandé trop de boissons, les palettes non encore ouvertes seraient reprises par Aligro qui nous rembourserait alors.

Les charges s'élèvent, selon nos calculs, à **1'010 CHF**.

Résultat

Sur l'aspect de la restauration et selon les prévisions effectuées plus haut, notre résultat représenterait un bénéfice de **700 CHF**.

3.3 Période idéale

Etant donné qu'il s'agit d'une première édition, nous avons dû évaluer les dates idéales pour l'organisation de l'événement qui nous permettraient d'atteindre nos objectifs et d'avoir un maximum de participants.

Il est malheureusement impossible pour le gérant de la Salle Centrale de la Madeleine d'organiser cet événement en fin d'année 2014. Il nous a donc fallu nous concentrer sur l'année 2015.

Afin de réaliser un événement centré sur le cinéma durant plusieurs heures, il a été naturel de penser que cette manifestation se déroulerait en soirée et durant le week-end afin de permettre aux spectateurs de pouvoir se reposer le lendemain.

Le samedi soir a été finalement préféré au vendredi soir. En effet, les personnes travaillant pendant la semaine sont généralement plus fatiguées le vendredi soir et auraient, de ce fait, plus de mal à suivre l'événement jusqu'au bout.

3.3.1 Identification des freins

Nous avons dû ensuite identifier les « *raisons qui empêcheraient les participants de prendre part à l'événement* » (Branchaud, 2012, p.30). La soirée **ne** devrait donc **pas** s'organiser pendant

1. les vacances scolaires/jours fériés
2. les périodes d'examens (Université/HES, Collège)
3. les festivals/soirées réunissant les cinéphiles

3.3.1.1 Les vacances scolaires/jours fériés

Concernant les vacances scolaires et les jours fériés officiels, le site de la Ville de Genève donne toutes les informations nécessaires concernant l'année 2015.⁷

A chaque fois que les vacances se terminaient officiellement un vendredi, nous avons préféré prendre en compte le week-end entier.

Concernant les jours fériés en fin de semaine comme l'Ascension ou le Jeûne genevois, nous avons pris en compte la possibilité que les personnes puissent faire le pont, c'est-à-dire prendre un week-end prolongé.

⁷ DEPARTEMENT DE L'INSTRUCTION PUBLIQUE, DE LA CULTURE ET DU SPORT.
Vacances scolaires 2015-2016. *ge.ch* [en ligne]. [Consulté le 24 février 2014].

3.3.1.2 Les périodes d'examens

Etant donné que notre public-cible se compose entre autres d'étudiants des universités et collèges, nous devons prendre en compte le moment où ceux-ci devaient passer des examens.

Habituellement, les examens se déroulent sur deux sessions : la session du semestre d'été en mai/juin et la session du semestre d'hiver en janvier/février

L'Université de Genève ne fournissant pas encore d'informations sur les sessions de 2015, nous nous sommes renseignés sur le site de l'Université de Lausanne.⁸

3.3.1.3 Les festivals / soirées réunissant les cinéphiles

Etant donné la quantité gigantesque de festivals célébrant le cinéma en Europe, nous avons décidé de cibler nos recherches en Suisse romande et d'identifier les festivals de cinéma qui pourraient réunir les cinéphiles.

Le site de Daily Movies mettant à jour une page répertoriant les festivals / soirées cinématographiques à Genève et plus largement en Suisse romande⁹, nous avons choisi de nous concentrer sur les manifestations ayant déjà plusieurs années à leur actif. Nous n'avons donc pas pris en compte les soirées qui ne sont organisées qu'une seule fois ou de manière sporadique.

Comme l'agenda de l'année 2015 n'est pas encore publié, il a fallu nous renseigner sur les dates des précédentes éditions afin de nous indiquer à quelle période sont régulièrement organisés ces événements.

Les résultats sont résumés dans le tableau suivant :

⁸ UNIVERSITES DE LAUSANNE. Les calendriers académiques de l'UNIL. *unil.ch* [en ligne]. [Consulté le 24 février 2014].

⁹ DAILY MOVIES, 2014. Festivals. *Daily Movies* [en ligne]. [Consulté le 24 février 2014].

Tableau 5 : Etude des dates de programmation des festivals / soirées

| Etude des dates de programmation des festivals / soirées en Suisse romande centrés sur le cinéma | | |
|--|--|--|
| <p>Black Movie</p> <p>2014: 17-26 janvier</p> <p>2013: 18-27 janvier</p> <p><i>fin janvier (d'un vendredi à un dimanche)</i></p> | <p>CinéTransat</p> <p>2014: 10 juillet-17 août</p> <p>2013: 11 juillet-18 août</p> <p>2012: 12 juillet-19 août</p> <p><i>de mi-juillet à mi-août (d'un jeudi à un dimanche)</i></p> | <p>Festival Tous Ecrans</p> <p>2014: 6-13 novembre</p> <p>2013: 31 octobre - 7 novembre</p> <p>2012: 2-8 novembre</p> <p><i>début novembre (de jeudi à jeudi)</i></p> |
| <p>NanarParty</p> <p>2014: 26 avril</p> <p>2013: 27 avril</p> <p>2012: 21 avril</p> <p><i>régulièrement un samedi fin avril</i></p> | <p>Neuchâtel International Fantastic Film Festival (NIFFF)</p> <p>2014: 4-12 juillet</p> <p>2013: 5-13 juillet</p> <p>2012: 6-14 juillet</p> <p><i>début juillet (de vendredi à samedi)</i></p> | <p>Festival Cinémas d'Afrique (Lausanne)</p> <p>2014: 21-24 août</p> <p>2013: 22-25 août</p> <p><i>fin août (du jeudi au dimanche)</i></p> |
| <p>Lausanne Underground Film and Music Festival (LUFF)</p> <p>2014: 15-19 octobre</p> <p>2013: 16-20 octobre</p> <p>2012: 17-21 octobre</p> <p><i>Mi-octobre (de mercredi à dimanche)</i></p> | <p>Nuit du Court</p> <p>2013: 4 octobre</p> <p>2012: 5 octobre</p> <p><i>seulement les vendredis soirs à Genève</i></p> | <p>Ciné-Club universitaire de Genève</p> <p>Propose 3 cycles par année</p> <p><i>les lundis seulement</i></p> |

sources : sites Internet des festivals / soirées

3.3.2 Agenda récapitulatif de l'année 2015

Afin de résumer tous les freins possibles à l'événement et d'identifier les périodes libres, nous avons créé un agenda qui répertorie tous ces obstacles et que le lecteur peut embrasser en un coup d'œil.

Celui-ci est classé par mois et présente tous les jours de l'année 2015. Les samedis ont été mis en exergue puisque ce sont les jours pendant lesquels la soirée pourrait s'organiser. Les samedis où il n'y a pas de frein ont été mis en gras et représentent des dates potentielles pour l'organisation de la soirée.

Concernant les jours pendant lesquels il est possible de faire le pont après ou avant un jour de congé officiel, nous nous sommes permis de les indiquer dans un **bleu** légèrement plus clair que le **bleu** des jours de congé.

Les festivals / soirées spéciales ont été placées de manière arbitraire mais en suivant la logique des éditions précédentes grâce aux informations récoltées sur l'étude de marché dans le tableau précédent. Ces dates sont donc potentiellement en mesure d'être modifiées.

Tableau 6 : Agenda récapitulatif de l'année 2015

| Année 2015 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|----|-------------|---------|----|---------------------|------|----|--|-------|----|--------------|-----|----|------------------------------|------|----|-------------|---------|----|-------------|------|----|----------------|-----------|----|------------------------------|---------|----|------|----------|----|----------------------|----------|----|------|
| Janvier | | | Février | | | Mars | | | Avril | | | Mai | | | Juin | | | Juillet | | | Août | | | Septembre | | | Octobre | | | Novembre | | | Décembre | | |
| JE | 1 | | DI | 1 | | DI | 1 | | ME | 1 | | VE | 1 | Fête du travail | LU | 1 | | ME | 1 | Examens Uni | SA | 1 | Fête nationale | MA | 1 | | JE | 1 | | DI | 1 | | MA | 1 | |
| VE | 2 | Nouvel An | LU | 2 | | LU | 2 | | JE | 2 | | SA | 2 | possibilité de faire le pont | MA | 2 | | JE | 2 | | DI | 2 | | ME | 2 | | VE | 2 | | LU | 2 | Festival Tous Ecrans | ME | 2 | |
| SA | 3 | | MA | 3 | | MA | 3 | | VE | 3 | | DI | 3 | | ME | 3 | | VE | 3 | | LU | 3 | | JE | 3 | Examens Uni | SA | 3 | | MA | 3 | | JE | 3 | |
| DI | 4 | | ME | 4 | | ME | 4 | | SA | 4 | | LU | 4 | | JE | 4 | | SA | 4 | | MA | 4 | | VE | 4 | | DI | 4 | | ME | 4 | | VE | 4 | |
| LU | 5 | | JE | 5 | | JE | 5 | | DI | 5 | | MA | 5 | | VE | 5 | | DI | 5 | | ME | 5 | | SA | 5 | | LU | 5 | | JE | 5 | | SA | 5 | |
| MA | 6 | | VE | 6 | | VE | 6 | | LU | 6 | | ME | 6 | | SA | 6 | | LU | 6 | | JE | 6 | | DI | 6 | | MA | 6 | | VE | 6 | | DI | 6 | |
| ME | 7 | | SA | 7 | | SA | 7 | | MA | 7 | Pâques | JE | 7 | | DI | 7 | | MA | 7 | NIFF | VE | 7 | | LU | 7 | | ME | 7 | | SA | 7 | | LU | 7 | |
| JE | 8 | | DI | 8 | | DI | 8 | | ME | 8 | | VE | 8 | | LU | 8 | | ME | 8 | | SA | 8 | | MA | 8 | | JE | 8 | | DI | 8 | | MA | 8 | |
| VE | 9 | | LU | 9 | | LU | 9 | | JE | 9 | | SA | 9 | | MA | 9 | | JE | 9 | | DI | 9 | | ME | 9 | | VE | 9 | | LU | 9 | | ME | 9 | |
| SA | 10 | | MA | 10 | | MA | 10 | | VE | 10 | | DI | 10 | | ME | 10 | | VE | 10 | | LU | 10 | | JE | 10 | Jeûne genevois | SA | 10 | | MA | 10 | | JE | 10 | |
| DI | 11 | Examens Uni | ME | 11 | Vacances de février | ME | 11 | | SA | 11 | | LU | 11 | | VE | 11 | | SA | 11 | | MA | 11 | | VE | 11 | | DI | 11 | | ME | 11 | | VE | 11 | |
| LU | 12 | | JE | 12 | | JE | 12 | | DI | 12 | | MA | 12 | | VE | 12 | | DI | 12 | | ME | 12 | | SA | 12 | possibilité de faire le pont | LU | 12 | | JE | 12 | | SA | 12 | |
| MA | 13 | | VE | 13 | | VE | 13 | | LU | 13 | | ME | 13 | | SA | 13 | | LU | 13 | | JE | 13 | | DI | 13 | | MA | 13 | | VE | 13 | | DI | 13 | |
| ME | 14 | | SA | 14 | | SA | 14 | | MA | 14 | | JE | 14 | Ascension | DI | 14 | | MA | 14 | | VE | 14 | | LU | 14 | | ME | 14 | | SA | 14 | | LU | 14 | |
| JE | 15 | | DI | 15 | | DI | 15 | | ME | 15 | | VE | 15 | possibilité de faire le pont | LU | 15 | | ME | 15 | | SA | 15 | | MA | 15 | | JE | 15 | | DI | 15 | | MA | 15 | |
| VE | 16 | | LU | 16 | | LU | 16 | | JE | 16 | | SA | 16 | | MA | 16 | | JE | 16 | | DI | 16 | | ME | 16 | | VE | 16 | LUFF | LU | 16 | | ME | 16 | |
| SA | 17 | | MA | 17 | | MA | 17 | | VE | 17 | | DI | 17 | | ME | 17 | | VE | 17 | | MA | 17 | | JE | 17 | | MA | 17 | | JE | 17 | | JE | 17 | |
| DI | 18 | | ME | 18 | | ME | 18 | | SA | 18 | NanarParty ? | LU | 18 | | JE | 18 | | SA | 18 | | MA | 18 | | VE | 18 | | DI | 18 | | ME | 18 | | VE | 18 | |
| LU | 19 | | JE | 19 | | JE | 19 | | DI | 19 | | MA | 19 | | VE | 19 | Examens Uni | DI | 19 | | ME | 19 | | SA | 19 | | LU | 19 | | JE | 19 | | SA | 19 | |
| MA | 20 | Black Movie | VE | 20 | | VE | 20 | | LU | 20 | | ME | 20 | | SA | 20 | | LU | 20 | | JE | 20 | | DI | 20 | | MA | 20 | | VE | 20 | | DI | 20 | |
| ME | 21 | | SA | 21 | | SA | 21 | | MA | 21 | | JE | 21 | | DI | 21 | | MA | 21 | | VE | 21 | | LU | 21 | | ME | 21 | | SA | 21 | | LU | 21 | |
| JE | 22 | | DI | 22 | | DI | 22 | | ME | 22 | | VE | 22 | | LU | 22 | | ME | 22 | | SA | 22 | | MA | 22 | | JE | 22 | | DI | 22 | | MA | 22 | |
| VE | 23 | | LU | 23 | | LU | 23 | | JE | 23 | | SA | 23 | possibilité de faire le pont | MA | 23 | | JE | 23 | | DI | 23 | | ME | 23 | | VE | 23 | | SA | 23 | | ME | 23 | |
| SA | 24 | | MA | 24 | | MA | 24 | | VE | 24 | | DI | 24 | | ME | 24 | | VE | 24 | | MA | 24 | | JE | 24 | | SA | 24 | | MA | 24 | | JE | 24 | |
| DI | 25 | | ME | 25 | | ME | 25 | | SA | 25 | NanarParty ? | LU | 25 | Pentecôte | JE | 25 | | SA | 25 | | MA | 25 | | VE | 25 | | DI | 25 | | ME | 25 | | VE | 25 | |
| LU | 26 | | JE | 26 | | JE | 26 | | DI | 26 | | MA | 26 | | VE | 26 | | DI | 26 | | ME | 26 | | SA | 26 | | LU | 26 | | JE | 26 | | SA | 26 | |
| MA | 27 | | VE | 27 | | VE | 27 | | LU | 27 | | ME | 27 | | SA | 27 | | LU | 27 | | JE | 27 | | DI | 27 | | MA | 27 | | VE | 27 | | DI | 27 | |
| ME | 28 | Examens Uni | SA | 28 | | SA | 28 | | MA | 28 | | JE | 28 | | DI | 28 | | MA | 28 | | VE | 28 | | LU | 28 | | ME | 28 | | SA | 28 | | LU | 28 | Noël |
| JE | 29 | | | | | DI | 29 | | ME | 29 | | VE | 29 | | LU | 29 | | ME | 29 | | SA | 29 | | MA | 29 | | JE | 29 | | DI | 29 | | MA | 29 | |
| VE | 30 | | | | | LU | 30 | | JE | 30 | | SA | 30 | | MA | 30 | | JE | 30 | | DI | 30 | | ME | 30 | | VE | 30 | | SA | 30 | | ME | 30 | |
| SA | 31 | | | | | MA | 31 | | | | | DI | 31 | | | | | VE | 31 | | LU | 31 | | | | | SA | 31 | | | | | | | |

Vacances scolaires / jours fériés

Festivals / soirées

Périodes d'examens

3.3.3 Résultats

Sur 52 samedis au total pour l'année 2015, l'étude de marché nous a permis d'en éliminer plus de la moitié pour finalement ne retenir que 21 samedis possibles.

Les périodes creuses (pendant lesquelles il n'y a pas de frein) de l'année 2015 sont les suivantes :

- Premier semestre : fin février – mars
- Deuxième semestre : fin septembre – début octobre et novembre – mi-décembre

Etant donné que la soirée kung-fu serait un deuxième événement organisé par Daily Movies, nous avons décidé de ne pas choisir une date dans le premier semestre. En effet, la Nanarparty est déjà organisée pendant cette période et il nous paraît logique de ne pas placer deux événements organisés par le même nom trop proche l'un de l'autre pour des raisons d'organisation et de communication. De plus, il est logique de ne pas placer l'événement en fin de mois car les salaires peuvent ne pas être encore perçus.

Nous proposons finalement, en collaboration avec le gérant de la Salle Centrale, d'organiser la soirée le samedi 3 octobre 2015.

3.4 Animations

3.4.1 Démonstrations de kung-fu

Après avoir effectué une recherche parmi les écoles de Genève qui enseignent le kung-fu, l'Ecole de Kung-fu de Genève nous a proposé de produire deux démonstrations de kung-fu d'environ 10 minutes sur la scène du Théâtre de la Madeleine avant la projection de chaque film, et ce de manière gratuite. Cette école possède déjà une section qui a l'habitude de se produire en public pour promouvoir leur école et ce sera donc elle qui assurera le spectacle.

Nous avons proposé à l'Ecole de Kung-fu de Genève qu'elle puisse installer un stand à l'intérieur de l'accueil afin de pouvoir discuter avec les spectateurs et promouvoir leur école lors des pauses / entractes.

3.4.2 Accueil

Nous prévoyons d'installer deux personnes à l'entrée de la Salle Centrale déguisées en moine Shaolin et armées de lances afin d'accueillir les spectateurs et les immerger dans le monde du kung-fu avant même qu'ils soient à l'intérieur de la salle. Les costumes seront gracieusement prêtés par l'école de kung-fu de Genève.

De même, nous souhaitons utiliser un déguisement identique pour les bénévoles et les personnes qui seraient en contact avec le public.

3.4.3 Décoration

Durant la recherche de contact faite dans le cadre de ce travail, nous avons rencontré une personne dont la passion est le cinéma de kung-fu et qui collectionne entre autres les affiches de films de ce genre. Celle-ci nous a proposé d'en utiliser une partie afin de décorer les murs du théâtre et de l'accueil et sera en charge de les poser le jour même avec l'équipe de Daily Movies.

3.5 Scénario de la soirée

Selon Lyne Branchaud (2011, p.92), « *il est très important de bâtir le scénario de tout le déroulement de l'événement, du début du montage à la clôture du projet.* » Le scénario est en effet un outil qui sert à identifier toutes les étapes de l'événement et à définir des personnes responsables pour chaque action entreprise durant la soirée.

3.5.1 Les équipes

Les bénévoles de l'équipe de Daily Movies sont répartis par équipe. Voici la répartition des personnes collaborant à la soirée :

Tableau 7 : Composition des équipes

| Composition des équipes | |
|--------------------------------|--|
| Equipe accueil : 2 bénévoles | Equipe billetterie : 2 bénévoles |
| Equipe cuisine : 3 bénévoles | Equipe décoration : 2 bénévoles |
| Equipe technique : 2 bénévoles | Equipe de l'Ecole de Kung-fu de Genève |
| 1 animateur | 1 organisateur |

Il va de soi que si l'équipe cuisine a besoin d'une personne en plus, elle peut demander de l'aide auprès d'une personne d'une équipe moins occupée.

3.5.2 Le scénario

Le scénario complet de la soirée peut être retrouvé à l'annexe 5.

Il convient de rajouter que l'organisateur doit venir récupérer le vendredi 2 octobre les billets achetés en ligne et non-envoyés par la poste au guichet du service culturel Migros.

L'équipe cuisine doit également acheter la nourriture et les boissons la veille auprès d'Aligro et les entreposer dans les frigos de la Salle Centrale le même jour.

3.6 Imprévus

Dans son ouvrage, Lyne Branchaud (2011, p.130) propose des solutions pratiques aux imprévus que pourrait rencontrer l'organisateur d'un événement.

Nous avons choisi parmi sa liste les éléments les plus pertinents pour notre soirée.

3.6.1 Premiers soins

Le gérant de la Salle Centrale possède une trousse de premiers soins qu'il met à disposition des organisateurs. Il tient également une liste des numéros médicaux à contacter en cas d'urgence et la mettra bien entendu à disposition de l'équipe de Daily Movies.

3.6.2 Entretien

La Salle Centrale fournit les poubelles nécessaires au bon déroulement de la soirée. Celles-ci seront placées aux abords d'endroits stratégiques. La Salle Centrale est aussi responsable du nettoyage des locaux après la soirée, ce qui signifie que l'équipe de Daily Movies a seulement besoin de ranger ses propres affaires et de sortir les poubelles avant de quitter les lieux.

3.6.3 Sécurité

La Salle Centrale dispose d'extincteurs, de sorties de secours en cas d'urgence et répond aux normes en vigueur sur le canton de Genève en matière de sécurité.

3.6.4 Assurances

Sur ce point, la Salle Centrale est déjà couverte contre le risque d'incendie et contre la détérioration du matériel. Son gérant ne recommande donc pas à Daily Movies de souscrire une nouvelle police.

4. Communication

La réussite d'un événement passe souvent par une bonne communication. L'outil le plus communément utilisé par les organisateurs dans le cadre de la communication d'un événement est le plan de communication.

« *Le plan de communication comporte toujours deux axes :*

- *Le plan média composé des espaces publicitaires loués sur les médias (presse, radio, télévision) [...]*
- *Les autres supports de promotion (hors média) : affichages, distribution de tracts, banderoles, marketing direct, etc. » (Claveau, 2005, p.198)*

Un troisième axe aujourd'hui incontournable sera rajouté : celui d'Internet et des réseaux sociaux.

Avant de rentrer dans le vif du sujet, il est important de définir le concept de communication qui donnera une ligne de conduite au plan de communication.

4.1 Concept de communication

Le concept de communication représente le fondement du plan de communication. C'est lui qui détermine l'ambiance que l'on cherche à dégager à chaque communication. Il donne des idées directrices et doit bien entendu refléter l'ambiance de la soirée.

Voici le concept en quelques mots :

- Dynamique, énergique, puissant, sportif (arts martiaux)
- Décalé, fun, plaisir
- Exclusif, original
- Voyage, évasion dans l'univers du kung-fu
- Qualité, respect du cinéma kung-fu, pas d'éléments kitsch / de mauvais goût (couleurs criardes, références à Bruce Lee, etc.)

Il est également important de rappeler à chaque communication qu'il existe une page Facebook de l'événement et d'inciter les personnes à la partager. Facebook est, en effet, un excellent moyen de communication gratuit qui permet d'atteindre rapidement le réseau des personnes qui apprécient ce genre d'événements.

4.2 Plan média

« *Le plan média représente l'ensemble des espaces publicitaires réservés sur les quatre médias classiques :*

- *La presse écrite : magazine ou quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle, nationale ou régionale professionnelle ou grand public ;*
- *La télévision : chaînes nationales ou régionales ;*
- *La radio : généraliste ou thématique (musique, affaires, information continue, etc.), nationale ou locale ;*
- *Le cinéma (salles indépendantes ou grand multiplex) »(Claveau, 2005, p.211)*

Etant donné que le public de la soirée est très ciblé, il est nécessaire de ne pas utiliser les canaux de communication « grand public » comme les chaînes de télévision nationales par exemple. Le budget plutôt restreint ne le permettrait de toute façon pas. Notre événement étant considéré comme une « petite » manifestation, il est nécessaire d'atteindre directement notre public-cible par les moyens les moins onéreux.

4.2.1 Presse écrite

La presse écrite est, selon Philippe Claveau (2005, p.211), composée de quatre supports différents :

- La presse quotidienne nationale
- La presse quotidienne régionale
- La presse hebdomadaire régionale et les gratuits
- La presse magazine

4.2.1.1 Presse quotidienne nationale

Par définition, la presse quotidienne nationale est diffusée dans tout le pays. C'est pourquoi « *ce type de support est essentiellement destiné au grand public* ». (Claveau, 2005, p.213)

De plus, « *le coût d'un espace publicitaire [...] est prohibitif pour le budget d'un événement local ou régional : une page noir et blanc peut valoir jusqu'à 20'000 euros pour une parution.* » (Claveau, 2005, p.213)

Pour ces deux raisons, nous avons donc décidé de ne pas communiquer par le biais de la presse quotidienne nationale.

4.2.1.2 Presse quotidienne régionale

La presse quotidienne régionale est idéale pour promouvoir un événement local de type « grand public » comme par exemple une brocante ou un festival local. C'est

pourquoi nous pensons que ce type de média est particulièrement bien adapté pour la communication de la soirée.

Comme la presse quotidienne nationale, le budget pour une annonce reste tout de même élevé : « *la réservation d'un module « météo » : espace en couleur de 10 cm par 15 cm et situé en bas de la dernière page (près de la météo !), peut valoir jusqu'à 1'000 euros pour une seule parution [...].* » (Claveau, 2005, p.215)

Cependant, nous n'avons pas l'intention de réserver un espace publicitaire mais plutôt de faire parler de la soirée gratuitement en incitant les journalistes à écrire un article sur la base d'un communiqué de presse décrit dans les chapitres suivants.

De plus, les publications d'Edipresse (24 heures, Tribune de Genève, le Matin, le Matin Dimanche, GuideLoisirs) proposent des agendas culturels sur lesquels sont inscrits les événements de la semaine à venir. Les inscriptions y sont gratuites mais l'organisateur doit prévenir l'administration d'Edipresse au minimum dix jours à l'avance par le biais du site Internet de l'entreprise.¹⁰

4.2.1.3 Presse hebdomadaire régionale et les gratuits

Il serait dommage de se priver de la communication que pourrait nous offrir le mensuel gratuit Daily Movies. Sa cible principale est principalement composée des cinéphiles romands. Il est distribué à 30'000 exemplaires dans les cinémas (multiplex et indépendants) et vidéos-clubs de Genève ainsi que dans des endroits culturels comme la Fnac, le Laser Game ou encore l'Université de Genève. Il est également distribué dans les autres cantons francophones.

Daily Movies étant un mensuel, nous pourrions envisager de débiter la campagne deux mois avant la date de la soirée afin d'augmenter l'efficacité du message. En effet, selon une étude de la société française de mesure d'audience Médiamétrie, le taux de lecture du message augmente de 10 % si le message apparaît une seconde fois et s'élève ainsi à plus de 55 %. (Claveau, 2005, p.217)

4.2.1.4 Presse magazine

L'offre des magazines est variée et cible plus facilement un public spécifique.

« L'autre particularité de la presse magazine est représentée par sa couverture nationale fréquente ; ce qui en fait un support difficile à utiliser pour la promotion d'un événement local [...]. »
(Claveau, 2005, p.219)

¹⁰ Informations recueillies par mail auprès d'une responsable communication chez Edipresse

C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de ne pas utiliser la presse magazine dans notre plan de communication.

4.2.1.5 Communiqué de presse

Parmi les outils média proposés dans le cours de Marianne Aerni sur la communication externe à la Haute Ecole de Gestion¹¹, le communiqué de presse nous semble le plus approprié à notre événement. Sans être aussi complet qu'une conférence de presse (avec dossier de presse) qui conviendrait mieux pour un plus grand événement type festival, le communiqué de presse donne tout de même suffisamment d'informations pouvant être reprises ensuite par les journalistes et ce de manière gratuite. Ce dernier peut être retrouvé à l'annexe 6.

Le but de notre communiqué de presse est de donner des informations aux journalistes qui pourront ensuite rédiger un article à propos de l'événement dans leur journal.

Par ce biais, nous visons essentiellement la presse quotidienne régionale comme le 20 Minutes, la Tribune de Genève ou le Matin.

Daily Movies possède une solide base de données acquise au fil des ans et dans laquelle sont répertoriés les noms des journalistes pour la presse écrite dans le bassin lémanique. Il suffira simplement d'envoyer le communiqué de presse par mail groupé à tous les journalistes.

4.2.2 Télévision

Comme le mentionne Philippe Claveau (2005, p.226) dans son ouvrage,

« La télévision est un média de masse destiné essentiellement au « grand public » [...]. D'emblée, cette caractéristique en limite l'utilisation à la promotion d'événements de grande envergure, tant par le budget communication nécessaire que par la cible visée. »

Les chaînes nationales ne sont donc pas appropriées pour notre événement, ni les chaînes locales qui *« permettront de promouvoir des événements d'ampleur mais dont le public reste régional [...] »* (Claveau, 2005, p.227)

De surcroît, le coût pour une campagne publicitaire sur une chaîne régionale reste très élevé : *« 26'851 euros pour 26 spots de 20 secondes répartis sur 13 jours »* (Claveau, 2005, p.227) sur la chaîne France 3.

¹¹ AERNI, Marianne, 2012. *La communication externe* [document PDF]. Support de cours : Cours « La communication externe », Haute Ecole de Gestion de Genève, filière économie d'entreprise, année académique 2013-2014

Pour toutes ces raisons, nous avons donc décidé de ne pas faire appel à la télévision pour communiquer notre événement.

4.2.3 Radio

La radio est, selon Philippe Claveau (2005, p.222), « un excellent média pour promouvoir un événement » et un bon « complément d'un dispositif presse et affichage ». (Claveau, 2005, p.223)

Malgré le fait que le coût des publicités sur radio soit assez faible comparé aux coûts des autres médias, Daily Movies préfère effectuer de la publicité gratuite en étant par exemple invité à la matinale entre 6h00 et 9h00 afin de promouvoir l'événement lors d'une interview. Cette publicité se fait sur la base du communiqué de presse décrit plus haut.

Afin de choisir quelles vont être les radios qui auront le plus d'impact, nous nous basons sur leur cote de popularité et leur public-cible. Nous recherchons des radios à forte audience et dont le public-cible est principalement jeune.

Voici les radios sur lesquelles nous pensons que Daily Movies pourrait effectuer une communication :

- Couleur 3 : s'adresse à un public jeune et branché entre 15 et 30 ans
- One FM : s'adresse à un public jeune entre 15 et 40 ans et est très bien implantée sur Genève
- LFM : radio leader sur le bassin lémanique avec plus de 100'000 auditeurs quotidiens¹²
- NRJ : première pour les jeunes sur Genève et Lausanne, elle totalise plus de 65'000 auditeurs quotidiens¹³

Il ne faut pas oublier de rappeler lors des communications par radio que la soirée peut se retrouver sur Facebook et qu'il faut inciter les auditeurs à la partager autour d'eux.

4.2.4 Cinéma

Ce média pourrait être particulièrement adapté pour cibler les cinéphiles mais la réalisation d'une publicité pour le grand écran et sa diffusion le rendent très vite inabordable pour un petit événement.

Ces « contraintes semblent écarter définitivement le cinéma du plan média d'un événement, qui, compte tenu de sa ponctualité, demande des supports plus souples ». (Claveau, 2005, p.228)

¹² Francoradios. *Jy2m* [en ligne]. [Consulté le 20.06.2014].

¹³ MEDIAONE, 2014. Radios. *Mediaone* [en ligne]. [Consulté le 20.06.2014].

C'est pourquoi nous avons décidé de ne pas effectuer de publicité sur ce média pour communiquer notre événement.

4.3 Plan de communication hors média

Les autres supports de communication représentés dans le plan de communication hors média et qui nous intéressent dans le cadre de la soirée sont les suivants : l'affichage, les flyers et le Web 2.0.

4.3.1 Affichage

L'affichage est pour nous un élément important de notre communication puisqu'il représente assez souvent le premier contact avec le spectateur potentiel. Il doit donc donner envie de se rendre à l'événement et offrir, en quelque sorte, un avant-goût de la soirée.

4.3.1.1 Composition

Nous recommandons de confier la réalisation de l'affiche à un graphiste professionnel. Cependant, notre budget communication étant peu élevé, nous avons tenté de la réaliser nous-mêmes.

Pour ce faire, nous avons suivi quelques conseils de base :

- « *Les deux choses les plus importantes, qui doivent donc être les plus visibles, sont la date et le lieu de l'événement ;*
- *Le nom et le logo de l'organisateur doivent occuper le haut de l'affiche alors que les logos des sponsors et partenaires (à ne pas oublier) figurent au bas de l'affiche ;*
- *Évitez de surcharger avec trop de photos ou de visuels, le temps de lecture par le consommateur est très court et seules les informations capitales doivent lui « sauter aux yeux » ; [...]. » (Claveau, 2005, p.199)*

Voici ce qu'il nous semblait important de mettre aussi en avant :

- Le titre de deux films projetés ainsi que les stars qui y jouent (les images des acteurs ont été prises des films dont nous comptons acquérir les droits pour cette soirée)
- les points forts de la soirée (deux films cultes, projection en Full HD, séances de kung-fu sur scène)
- le titre de la soirée
- le prix du billet
- un code QR qui permet de faire le lien avec la page Facebook (le code QR utilisé sur l'affiche est fictif. Il convient d'en créer un sur un des nombreux sites qui proposent ce service gratuitement.)
- le lien avec la page Facebook de la soirée
- l'accès par les transports publics

Nous avons décidé de rajouter sur l'affiche un outil pratique et gratuit utilisé aujourd'hui à grande échelle : le code QR. C'est un type de code-barres à deux dimensions lisible depuis tous les smartphones modernes et aujourd'hui très répandu.¹⁴ Il permet à la personne intéressée d'accéder directement à une page Internet, en l'occurrence la page Facebook de notre événement, en scannant simplement le code à l'aide de son smartphone.

Nous pensons en effet qu'il est important de faciliter au maximum l'accessibilité de cette page-clé pouvant ensuite être partagée dans les cercles d'amis afin de toucher le plus de monde possible et ce de manière gratuite.

En ce concerne les choix des polices et des effets visuels, ceux-ci devaient être dynamiques et en accord avec le concept et l'image de notre soirée.

¹⁴ Code QR. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 18 juillet 2014 à 16:32. [Consulté le 30.07.2014].

4.3.1.2 Proposition

Figure 5 : Proposition d'affiche pour la soirée

Daily Movies PRESENTE

LA *come* 36

CHAMBRE DE SHAOLIN

IL ETAIT UNE FOIS EN CHINE

KUNG-FU MOVIE NIGHT

Projection de 2 films cultes en Full HD

Samedi 3 oct. à 19h
Théâtre de la Madeleine
10 rue de la Madeleine - TPG: Molard

avec séances de kung-fu en live !

25 CHF préloc
30 CHF sur place

WILD SIDE **ALIGRO** FORTUNE STAR **f** /kungfumovienight **scm** **École de Kung-Fu de Genève**

source : Alexis Sartorio (2014)

4.3.1.3 Partenariat

Daily Movies jouit d'un partenariat avec la société Affichage Vert. Cette dernière possède des emplacements publicitaires en ville de Genève et plus particulièrement dans les lieux culturels comme l'institut Jacques-Dalcroze, dans les restaurants proches de la Bibliothèque de la Cité ou encore à l'intérieur du bâtiment de l'Ifage. Elle possède également des panneaux d'affichage à l'intérieur des Universités de Genève, dans les lieux de manifestation extra-universitaires et sur les différents types de bennes à ordures qu'il est possible de rencontrer dans les rues.¹⁵

En échange d'un encart publicitaire dans le mensuel Daily Movies, Affichage Vert offre des espaces publicitaires lorsque la soirée Nanarparty est organisée. Les deux sociétés effectuent ainsi un échange de visibilité. Daily Movies ne choisit cependant pas ses emplacements : les affiches sont placées là où Affichage Vert dispose de place au moment venu.

Ce partenariat sera bien entendu valide lorsque nous souhaiterons communiquer la Kung-fu Movie Night par le biais des affiches publicitaires.

Grâce à ce partenariat, nous pourrions obtenir une grande visibilité et toucher particulièrement nos cibles prioritaires que sont les étudiants (collèges, universités) ainsi que les personnes actives entre 18 et 35 ans qui fréquentent des lieux culturels. Les autres cibles (cinéphiles, adeptes des arts martiaux, communauté chinoise) seront touchées par la pose de flyers dans des endroits stratégiques.

Daily Movies ne débourse donc rien pour bénéficier d'espaces publicitaires en ville de Genève. Cependant, il lui incombe d'imprimer les affiches lui-même.

4.3.1.4 Impression

Daily Movies recommande d'imprimer les affiches avec la société PrintCarrier.com avec laquelle elle possède des relations privilégiées.

L'impression se fait sur un papier A3 de 135g. Le nombre d'affiches à imprimer est défini en collaboration avec la société Affichage Vert selon ses disponibilités. Le montant de la facture ne dépasse normalement pas 30 CHF.¹⁶

¹⁵ Selon un entretien téléphonique avec la société Affichage Vert, Genève, 28.05.2014

¹⁶ Selon un entretien téléphonique avec Carlos Mühlig, directeur de publication de Daily Movies, Genève, 16.06.2014

4.3.2 Flyers

4.3.2.1 Composition

La composition des flyers doit être plus allégée que celle des affiches puisque le format est plus petit. On ne doit donc retenir que l'essentiel, à savoir :

- Le titre de la soirée
- Le titre de deux films projetés ainsi que les images des stars qui y jouent
- La date et le lieu
- les points forts de la soirée (deux films cultes, projection en Full HD, séances de kung-fu sur scène)
- un code QR
- le lien avec la page Facebook de la soirée

Le style d'écriture reprendra, dans la mesure du possible, celui de l'affiche.

4.3.2.2 Lieux de distribution

Les lieux où seront distribués les flyers sont en relation avec le public-cible de notre soirée:

- Cinéphiles : vidéos-clubs, festivals de cinéma, cinémas indépendants
- Etudiants / personnes actives : Universités /Collèges, bars, salles de concert, maisons de quartier
- Membres d'une école d'arts martiaux : écoles d'arts martiaux, salles de sport
- Communauté chinoise : épicerie asiatiques, restaurants chinois

Le tableau que le lecteur peut retrouver à l'annexe 7 regroupe certaines adresses par type de lieu. Cette liste est non-exhaustive.

La pose des flyers doit idéalement être effectuée deux semaines avant la soirée aux endroits indiqués.

Les flyers ne pourront malheureusement pas être distribués lors du salon des arts martiaux de Genève car celui-ci se déroule fin octobre. Il serait donc trop tard pour les distribuer (octobre 2015) ou trop tôt (octobre 2014), sachant que la soirée se déroulerait début octobre 2015.

4.3.2.3 Impression

L'impression des flyers sera réalisée gratuitement dans le bureau du rédacteur en chef de Daily Movies. Les quantités tournent autour de 600-800 flyers pour une soirée événementielle, selon l'équipe de Daily Movies, mais il est possible d'en imprimer plus en cas de besoin.

4.4 Web 2.0

Le Web 2.0 est devenu aujourd'hui un élément incontournable d'un plan de communication, aussi bien pour les entreprises, les associations, les marques que pour les événements.

Voici quelques avantages donnés par cet outil et tirés du livre de Mathias Rapeaud « La communication événementielle : de la stratégie à la pratique, avec l'éco-conception et le digital » :

- La pérennité : « *Auparavant, les événements étaient ponctuels, éphémères. L'utilisation du Web 2.0 permet de les inscrire dans la durée [...].* »
- Un coût peu élevé
- Un large partage d'information : « *le Web 2.0 permet de relayer très largement l'information autour de l'événement, et d'attirer beaucoup plus de personnes qu'il n'en aurait attiré initialement [...].* »
- La création d'une communauté :

« Lorsqu'il s'agit d'un événement récurrent (annuel par exemple), il offre la possibilité de le rendre vivant entre les deux dates et de garder une dynamique, afin qu'à chaque nouvelle opération il y ait de plus en plus de participants [...]. »

(Rapeaud, 2013, p.80)

Le Web 2.0 est composé principalement par Internet et les réseaux sociaux.

4.4.1 Internet

4.4.1.1 Site Internet de la soirée

Nous pensons qu'il n'est pas nécessaire dans le cadre d'une première édition de créer un site Internet dédié entièrement à la soirée. Si l'événement devenait annuel et qu'il rencontrait un vif succès, nous pourrions envisager la création d'un site proposant le programme de la soirée à venir, des informations pratiques (lien vers le site de prélocation, vers la page Facebook, etc.) et les rétrospectives des autres soirées.

La création d'un site a en effet un coût qu'il est important de ne pas négliger. En effet, 15 CHF sont à payer¹⁷ annuellement pour le nom de domaine ainsi que 200 CHF pour l'hébergement du site auprès d'un hébergeur tel qu'Infomaniak.¹⁸ De plus, il convient de créer le site, ce qui peut être effectué par une société externe (coûteux mais de bonne qualité) ou par un bénévole de l'équipe de Daily Movies par exemple (gratuit mais moins qualitatif).

¹⁷ Selon le site www.netim.ch en proposant le nom de domaine suivant : www.kungfumovienight.ch. [Consulté le 16.06.2014].

¹⁸ INFOMANIAK NETWORK, 2014. Accueil. *Infomaniak* [en ligne]. [Consulté le 16.06.2014].

C'est pourquoi, nous ne conseillons pas la création d'un site Internet pour une première édition sans connaître le taux d'intérêt qu'elle susciterait.

4.4.1.2 Agendas culturels

En supplément d'une annonce sur le site de la Salle Centrale et sur celui de Daily Movies, nous prévoyons de communiquer la soirée quelques jours avant l'événement sur différents agendas culturels :

- Agenda de Genève¹⁹
- Loisirs.ch²⁰
- La décadanse²¹
- IGenève²²
- Imagine Geneva²³
- Le Weekend²⁴

4.4.2 Réseaux sociaux

4.4.2.1 Facebook

Avec plus d'un milliard d'utilisateurs, Facebook est le deuxième site le plus visité au monde.²⁵ Il permet le partage de contenu et de message à grande échelle et représente donc un véritable avantage dans une stratégie de communication.

La page Facebook de la soirée est donc un outil-clé dans notre plan de communication. En plus d'être totalement gratuite, celle-ci permet d'atteindre un réseau de personnes potentiellement intéressées par le concept. En effet, si un internaute appréciant le concept de la soirée visite la page Facebook, il peut instantanément la partager à ses amis qui seront, de ce fait, eux aussi au courant de l'événement.

Tout en suggérant des informations pratiques (horaires, lieu, titre de la soirée, prix), la page proposera des liens vers le site de Daily Movies ainsi que celui de prélocation du service culturel Migros. Elle indiquera également aux spectateurs la possibilité de se restaurer sur place durant l'événement.

¹⁹ ESPRIT DE GENEVE, 2014. L'Agenda de Genève. *L'agenda de Genève* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014].

²⁰ LOISIRS.CH, 2014. Accueil. *Loisirs.ch* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014].

²¹ LA DECADANSE, 2014. Accueil. *La décadanse* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014].

²² IGENEVE, 2014. Accueil. *Igenève.ch* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014].

²³ GENEVE TOURISME ET CONGRES, 2014. Agenda Imagine Geneva. *Genève Tourisme et Congrès* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014].

²⁴ LE WEEKEND, 2014. Affiche de Genève. *leweekend.ch* [en ligne]. [Consulté le 30.07.2014].

²⁵ Facebook. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 26 juin 2014 à 17 :59. [Consulté le 17.06.2014].

Avant l'événement, la page sera alimentée par des brèves / nouvelles sur la thématique du cinéma de kung-fu comme par exemple la critique d'un film de kung-fu ou la présentation d'une des stars mise en scène dans un des films de la soirée. En postant régulièrement des nouvelles, les abonnés recevront en retour des notifications les renvoyant sur la page de la soirée, ce qui nourrira leur intérêt pour l'événement.

L'information sera également disponible sur les pages Facebook de la Salle Centrale, de Daily Movies et de l'Ecole de Kung-fu de Genève avec un lien redirigeant vers la page Facebook principale.

Il est à souligner que nous n'avons pas trouvé de page Facebook consacrée essentiellement au thème du kung-fu sur Genève. Si une telle page existait, nous aurions entamé des démarches auprès de son administrateur afin d'y faire apparaître la soirée en temps voulu.

4.4.2.2 Autres réseaux sociaux

Twitter

Twitter est le second réseau social le plus utilisé au monde. Il permet de poster des messages avec un maximum de 140 caractères appelés « tweets » qui sont ensuite relayés à tous les abonnés de la personne qui les a partagés.²⁶ Dans le cadre d'un événement, il permet principalement de le commenter à chaud afin de dialoguer avec l'organisateur ou le conférencier (Rapeaud, 2013, p.85). C'est derniers reçoivent les messages pendant l'événement-même et peuvent donc y répondre en live.²⁷

Ne proposant pas de conférence ni d'activité nécessitant une grande interaction avec les spectateurs, nous pensons que cet outil n'apporterait pas une réelle plus-value à notre événement. Il ne sera donc pas pris en compte dans le plan de communication de la soirée.

Youtube

Youtube est un site permettant à ses utilisateurs de regarder, d'envoyer et de partager des vidéos.²⁸ Il est le premier site de partage de vidéos et ses utilisateurs ont totalisé près de 4 milliards d'heures de visionnage en 2013 !²⁹

²⁶ Twitter. *Wikipedia: l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 18 juillet 2014 à 17:32. [Consulté le 01.08.2014].

²⁷ DESCARY, Benoît, 2014. Twitter: quelques outils et astuces à utiliser pour votre prochain événement. *descary.com* [en ligne]. [Consulté le 01.08.2014].

²⁸ Youtube. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 30 juillet 2014 à 17:49. [Consulté le 01.08.2014].

L'équipe de Daily Movies possède déjà un compte Youtube sur lequel elle poste des interviews, des reportages sur le monde du cinéma et les rétrospectives de la Nanarparty. Nous pensons qu'il serait intéressant d'utiliser ce média-là afin de poster une vidéo qui résumerait en quelques minutes la Kung-fu Movie Night. Le lien vers cette vidéo devra être disponible sur Facebook quelques jours après l'événement.

4.5 Et après ?

Si le succès est au rendez-vous de la première édition, l'équipe de Daily Movies pourrait envisager de réitérer la soirée. Il est donc important pour elle d'évaluer la soirée auprès des spectateurs et de créer un horizon d'attente en attendant la prochaine édition.

4.5.1 Evaluation de la soirée

Afin d'obtenir un feed-back de l'événement et d'améliorer les prochaines éditions, nous proposons d'effectuer un sondage auprès des spectateurs qui sera présenté sur format papier et placé à la sortie de la Salle Centrale.

Il se composera essentiellement des questions que nous avons classées ci-dessous par catégorie. Certaines questions possèdent une échelle de 1 à 4 (4 = excellent, 3 = bon, 2 = mauvais, 1 = détestable).

Ambiance : « sur une échelle de 1 à 4, veuillez indiquer la qualité de l'ambiance générale de la soirée (décoration, accueil, esprit général) »

Organisation : « sur une échelle de 1 à 4, veuillez indiquer la qualité de l'organisation (billet, restauration, rapidité des services) »

Interventions : « sur une échelle de 1 à 4, veuillez indiquer la qualité des interventions (animateur et école de kung-fu de Genève) »

Films choisis : « Les films projetés vous ont-ils plu ? », « Pour les prochaines éditions, préféreriez-vous voir

- deux classiques cultes du cinéma de kung-fu (comme lors de cette édition),
- deux films de kung-fu plus obscurs / nanars,
- un classique et un film plus obscur ? »

Prix : « Le prix de la soirée était-il pour vous trop élevé, correct ou pas assez élevé ?

²⁹ DUFFEZ, Olivier, 2013. Pleins de chiffres sur le site de vidéos Youtube.com. *webrankinfo.com* [en ligne]. 25.05.2013. [Consulté le 01.08.2014].

Questions globales : « Recommanderiez-vous cette soirée à un ami ? », « Avez-vous globalement apprécié la soirée ? », « Quelles seraient vos remarques / suggestions ? »

Il va de soi que les expressions sur les visages et les discussions entre amis sont aussi des indicateurs d'une bonne ou d'une mauvaise soirée. Il faudra donc y être attentif lors de l'événement.

A la fin du premier film, l'animateur fera une annonce concernant le sondage en format papier pour les personnes qui désireraient quitter l'événement à ce moment-là et afin de les inciter à remplir le questionnaire. Il effectuera une deuxième annonce à la fin de la soirée.

4.5.2 Horizon d'attente

Si le succès est au rendez-vous de la première édition, l'équipe de Daily Movies pourrait envisager de réitérer la soirée. Afin de garder contact avec les participants et créer un horizon d'attente, nous suggérons de poster une vidéo Youtube et des images sur la page Facebook relatant les meilleurs moments de la soirée.

Il est également nécessaire d'alimenter régulièrement la page avec des nouvelles du monde du kung-fu en attendant la prochaine édition pour toujours nourrir l'intérêt de la soirée.

Il serait également intéressant de dévoiler le programme de la seconde édition au compte-goutte en pratiquant la méthode du « teasing » afin de créer une plus grande attente auprès des spectateurs. « *Le teasing [...] est une méthode de vente attirant le spectateur par un message de communication en plusieurs étapes.* »³⁰

Dans la même logique, la seconde édition pourrait bénéficier d'un invité de marque qui viendrait faire une démonstration de kung-fu comme par exemple le célèbre Dan Inosanto, un des anciens élèves de Bruce Lee, qui se rend à Genève tous les ans. Son apparition pourrait être mentionnée comme « invité-surprise » mais son identité resterait cachée jusqu'au jour de l'événement.

³⁰ Teasing. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 08 février 2014 à 08 :00. [Consulté le 17.06.2014].

5. Aspect juridique

5.1 Droit de projection des films

5.1.1 Protection des œuvres

La projection d'œuvres audiovisuelles suisses ou étrangères est destinée exclusivement, selon le droit suisse, à l'usage privé comprenant la famille et les amis proches comme l'indique l'article 19 al.1 lettre a de la loi sur le droit d'auteur (LDA)³¹

« 1 L'usage privé d'une œuvre divulguée est autorisé. Par usage privé, on entend:

- a. toute utilisation à des fins personnelles ou dans un cercle de personnes étroitement liées, tels des parents ou des amis; »*

(LDA, art. 19 al.1 lettre a, 2011)

L'alinéa 3 de ce même article stipule que toute reproduction en dehors de ce cercle est soumise à autorisation, ce qui est confirmé par la coopérative suisse pour les droits d'auteur d'œuvres audiovisuelles dans une note explicative³² :

« Toute projection dans le cadre d'une association ou d'un ciné-club sort du cercle privé et est donc soumise à autorisation. Le fait que l'entrée soit payante ou gratuite n'a ici aucune importance. »
(SUISSIMAGE, 2011)

Cette autorisation est directement reliée avec la notion de droits d'auteur.

5.1.2 Droits d'auteur

Les droits d'auteur sont de deux ordres³³ :

- Droits moraux
- Droits patrimoniaux

5.1.2.1 Droits moraux

Les droits moraux représentent le droit d'être reconnu comme auteur et sont donc imprescriptibles. Ils ne peuvent pas être cédés à autrui car cela serait contraire aux mœurs dans le sens de l'art. 20 al.1 CO.³⁴

³¹ L'ASSEMBLEE FEDERALE DE LA CONFEDERATION SUISSE, 1992. Loi fédérale sur le droit d'auteur (LDA) du 9 octobre 1992 (Etat le 1^{er} janvier 2011). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 9 octobre 1992. [Consulté le 29 février 2014].

³² SUISSIMAGE. Brochure : *Notice explicative : projection de films*. www.suissimage.ch [PDF en ligne]. Janvier 2011. [Consulté le 29 février 2014].

³³ BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE. Brochure : *Guide succinct de la recherche d'ayants droit*. [PDF en ligne]. [Consulté le 29 février 2014].

³⁴ INSTITUT FEDERAL DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE, 2014. Droit d'auteur et rapports juridiques. ige.ch [en ligne]. 02.06.2014. [Consulté le 28 juin 2014].

5.1.2.2 Droits patrimoniaux

Les droits patrimoniaux, quant à eux, sont des droits exclusifs qui peuvent être cédés avec autorisation et permettent à son détenteur de réaliser un revenu à partir de l'œuvre. Ces droits comprennent entre autres les droits d'exploitation qui sont eux-mêmes composés de deux types de droits :

- Droit de reproduction : « *fixation matérielle de l'œuvre* » (BnF, 2013)
- Droit de représentation : « *communication de l'œuvre au public par un procédé quelconque* » (BnF, 2013)

Dans le cas de la soirée événementielle, c'est bien le droit de représentation qui est touché et par conséquent les droits patrimoniaux. Il est donc nécessaire de demander une autorisation / licence afin de projeter les deux films souhaités au détenteur des droits patrimoniaux.

5.1.3 Gestion des droits

5.1.3.1 Droits d'exploitation du film

Les détenteurs de droit gèrent en général eux-mêmes leurs droits patrimoniaux et les négocient avec les utilisateurs. Afin de contrer cette gestion individuelle qui pourrait être fastidieuse pour l'utilisateur, « *les droits sont soumis par la loi à une gestion collective* » (IPI, 2011, p. 15). La tâche est ainsi confiée à une société de gestion qui a pour but de rémunérer le détenteur.³⁵

Les sociétés de gestion sont des organismes faisant le lien entre les utilisateurs et les auteurs. Ce sont elles qui négocient les tarifs de licence avec les utilisateurs et qui reversent ensuite le montant aux titulaires des droits. Elles sont mentionnées dans la loi sur les droits d'auteur (LDA) dès l'article 40. L'Institut fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) indique que la société de gestion des droits des œuvres audiovisuelles en Suisse est la société Suissimage.

Dans une notice explicative à propos de la projection de films, Suissimage dénonce cependant le fait que « *le droit de projeter des œuvres audiovisuelles n'est pas soumis à la gestion collective et doit donc être acquis par contrats individuels* ». (SUISSIMAGE, 2011)

Suissimage fournit ainsi une liste non exhaustive de sociétés qui seraient aptes à obtenir l'autorisation pour la projection de films et recommande de s'adresser à l'entreprise Praesens Film ou à l'entreprise MPLC Switzerland GmbH.

³⁵ INSTITUT FEDERAL DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE. Brochure : *Droits d'auteur et droits voisins*. *ige.ch* [PDF en ligne]. Mai 2011. [Consulté le 4 mars 2014].

Ces entreprises peuvent fournir des autorisations pour un nombre important d'œuvres cinématographiques mais elles ne représentent cependant pas tous les ayants droits. Si elles ne sont pas en mesure de délivrer l'autorisation désirée, elles redirigent ensuite l'intéressé vers des sociétés de distribution qui seraient peut-être plus aptes à répondre à sa demande.

Si l'intéressé n'obtient aucune réponse, il doit ensuite chercher lui-même le détenteur des droits d'exploitation du film, ce qui peut s'avérer très fastidieux. Le détenteur peut tout aussi bien être le producteur du film, la société de distribution du film, etc.

Si l'intéressé n'arrive finalement pas à mettre la main sur les ayants droits, il lui est interdit de diffuser le film en question car la loi suisse ne connaît pas de pareille exception.³⁶

5.1.3.2 Droits de la musique

Le droit de diffusion publique de musique, même à l'intérieur d'un film, est soumis à autorisation auprès de la société de gestion des droits des œuvres musicales non-théâtrales, représentée en Suisse par la SUISA. Que l'œuvre soit suisse ou étrangère, il est nécessaire de payer une redevance auprès de cette société, indépendamment du droit d'exploitation du film.

5.1.3.3 Droits voisins

Les droits voisins comprennent entre autres selon le droit suisse :

- « *les droits des artistes interprètes (musiciens, comédiens) sur leurs prestations,*
- *les droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes sur leurs enregistrements (CD, DVD, etc.)* »³⁷

La loi ne prévoit pas qu'il soit indispensable d'obtenir une autorisation auprès des détenteurs des droits voisins. En revanche, il est nécessaire de reverser une redevance à la société de gestion des droits voisins Swissperform.³⁸ Cette redevance est cependant collectée directement par la SUISA et reversée ensuite à Swissperform.³⁹

³⁶ Selon un entretien téléphonique avec M. Jérémie Eich, juriste auprès de l'Institut fédéral de la Propriété Intellectuelle, le 7 mars 2014

³⁷ INSTITUT FEDERAL DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE, 2014. Droit d'auteur. *ige.ch* [en ligne]. 15.05.2014. [Consulté le 30 juin 2014].

³⁸ Selon un entretien téléphonique avec M. Jérémie Eich, juriste auprès de l'Institut fédéral de la Propriété Intellectuelle, le 7 mars 2014

³⁹ SUISA. Brochure : *Tarif Commun E 2014-2018*. *www.suisa.ch* [PDF en ligne]. [Consulté le 30 juin 2014].

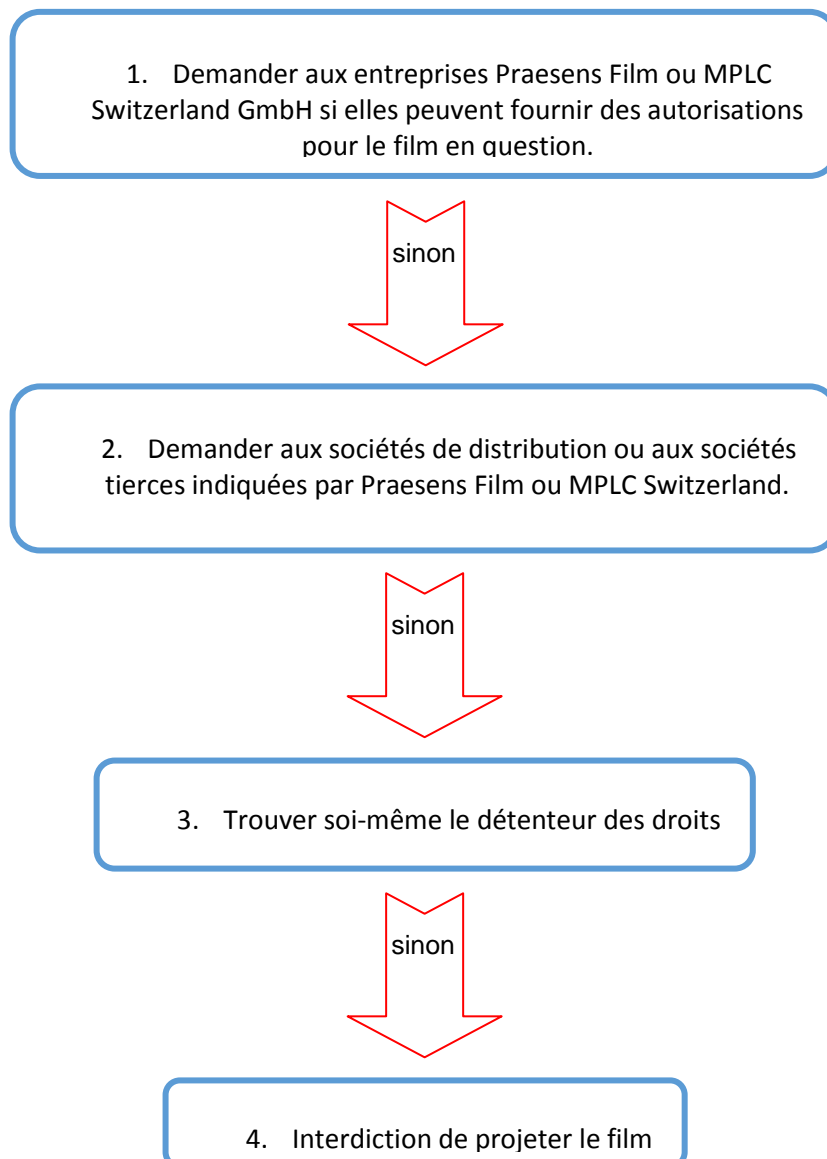
5.1.4 Marche à suivre

5.1.4.1 Récapitulatif théorique

Chaque utilisation publique d'une œuvre protégée nécessite une autorisation. Dans le cas de la projection de films, il est nécessaire d'obtenir une autorisation concernant trois droits différents. Voici la démarche à suivre pour chaque droit :

Droits d'exploitation (ou droits d'image) :

Figure 6 : Démarche pour déterminer les droits d'exploitation



source : Alexis Sartorio (2014)

Droits de la musique

Que le film soit suisse ou étranger, il est nécessaire de payer une redevance pour le droit de la musique dans l'œuvre. La redevance doit être payée à la société de gestion des œuvres musicales non-théâtrales représentée par la SUISA.

Droits voisins

Il est également nécessaire de payer une redevance pour les droits voisins. Celle-ci doit être payée auprès de la SUISA qui la reversera ensuite à la société de gestion des droits voisins Swissperform.

5.1.4.2 En réalité

Concernant le droit d'exploitation de *la 36^e Chambre de Shaolin* et de *Il était une fois en Chine*, nous nous sommes adressés à l'entreprise Praesens Film et MPLC Switzerland GmbH afin de savoir si elles possédaient les droits de diffusion de ces deux films. Les deux sociétés ont répondu qu'elles ne possédaient pas les droits.

Praesens Film nous a indiqué l'adresse de deux distributeurs (Apollo-Film GmbH et Splendid Film Germany) qui pourraient peut-être posséder ces droits. MPLC Switzerland a, quant à lui, mentionné un autre distributeur (Impuls).

A la suite de plusieurs courriels envoyés à ces sociétés de distribution et ne recevant pas de réponses immédiates, nous avons décidé d'écrire directement aux sociétés éditrices des Blu-ray que nous souhaiterions utiliser lors de la soirée afin de savoir si elles pouvaient nous donner de plus amples informations.

En ce qui concerne *la 36^e Chambre de Shaolin*, la maison d'édition est l'entreprise Wild Side. Cette dernière nous a confirmé qu'elle était bien l'entreprise possédant les droits de diffusion de *la 36^e Chambre de Shaolin* dans le territoire de l'Europe francophone (la Suisse y compris). Wild Side nous a proposé un prix forfaitaire de licence de **500 euros**⁴⁰ pour une projection unique de leur film en public. C'est le montant maximum que Daily Media est prêt à déboursier pour l'acquisition des licences de projection. Nous avons donc accepté l'offre.

En ce qui concerne *Il était une fois en Chine*, la maison d'édition du Blu-ray est l'entreprise Metropolitan Film Export. Après plus d'un mois d'attente et de relance, Metropolitan nous a enfin avoué qu'elle n'était pas détentrice des droits pour ce film et qu'il fallait se renseigner auprès de la société Fortune Star Entertainment basée à

⁴⁰ Selon un échange de mails avec Mme Malvina Marque, représentante de la société française Wild Side

Hong-Kong. Cette dernière a répondu qu'elle était bel et bien la société détentrice des droits et nous a tout d'abord proposé un prix de licence de 2'000 USD ! Nous avons ensuite rétorqué que ce prix dépassait de loin notre budget qui s'élevait à 500 euros. Fortune Star nous a alors proposé une contre-offre d'un montant de **600 USD**⁴¹ (environ 430 euros)⁴², montant que nous avons finalement accepté car celui-ci rentrait dans le budget maximal de 500 euros pour l'acquisition des licences de projection.

Les droits de la musique et les droits voisins seront traités dans le chapitre suivant.

5.2 Permission d'organisation

Les projections publiques de films sont soumises à la loi sur les spectacles et les divertissements (LSD). L'article 17 al. 1 de cette même loi stipule que « *l'organisation de spectacles et de divertissements publics est soumise à l'obtention préalable d'une autorisation du département [...]* ». ⁴³ Il est possible de trouver cette autorisation sur le site www.ville-geneve.ch et de la remplir en ligne après avoir créé un compte virtuel sur le guichet universel. ⁴⁴ Le lecteur peut retrouver le document à l'annexe 8.

Dans le cadre de notre manifestation, il est nécessaire d'envoyer d'autres demandes en complément d'information.

5.2.1 Demande d'autorisation

Il est impératif de renvoyer l'Annexe 3 intitulée « Demande d'autorisation pour organiser un spectacle, un divertissement, un loto, une tombola, un margotton ou une loterie », et ce au maximum 30 jours avant la date de la manifestation. Le lecteur peut retrouver ce document à l'annexe 9.

5.2.2 Buvettes temporaires

Ce formulaire donne également l'autorisation d'exploiter des buvettes temporaires avec ventes de boissons alcoolisées ou non. L'utilisation des buvettes temporaires est soumise à la loi sur la restauration, le débit de boissons et l'hébergement (LRDBH). Dans cette même loi, les buvettes temporaires sont définies à l'article 17 al.1 lettre H :

« Les buvettes temporaires sont des débits de boissons exploités occasionnellement, accessoires à des installations destinées aux loisirs, au

⁴¹ Selon un échange de mails avec la société hongkongaise Fortune Star

⁴² XE, 2014. XE Currency Converter. www.xe.com [en ligne]. [Consulté le 5 mai 2014].

⁴³ LE GRAND CONSEIL DE LA REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE, 1992. Loi sur les spectacles et les divertissements (LSD). ge.ch [en ligne]. 4 décembre 1992. [Consulté le 26 mai 2014].

⁴⁴ REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE, 2014. E-Démarches. ge.ch [en ligne]. [Consulté le 26 mai 2014].

divertissement, aux activités culturelles, au sport ou à des fins analogues; il peut y être assuré un service de petite restauration. »⁴⁵

Le site de la Ville de Genève fournit une directive dans laquelle sont rappelées aux organisateurs de manifestations les températures maximales et minimales à respecter lors du transport et de l'entrepôt des denrées alimentaires.⁴⁶

5.2.3 Droits de la musique et droits voisins

Il est également nécessaire de joindre à la demande d'autorisation le questionnaire concernant les projections de supports audiovisuels avec musique et émi par la SUISA à l'annexe 10. La SUISA publie également sur son site un document expliquant le détail des montants à payer pour les droits d'auteur et les droits voisins.⁴⁷

5.2.4 Emoluments et redevances

L'organisateur d'une manifestation comme la nôtre ne doit pas payer de TVA ni d'impôt.⁴⁸ En revanche, il doit s'acquitter d'un émolument pour spectacles et divertissements de **75.-** et d'un émolument par buvette temporaire exploitée de **60.-** Ces montants devront être payés après la manifestation.

En ce concerne les redevances dues à la SUISA et à SWISSPERFORM, les droits d'auteur s'élèvent à 1.39% des recettes de la soirée.⁴⁹ Les droits voisins s'élèvent également à 1.39%. Comme les recettes sur la vente des billets devraient s'élever à 5'000.- environ, il faut s'attendre à déboursier à la SUISA un montant avoisinant les **139.-** ($(5'000 * 1.39\%) * 2$).

⁴⁵ LE GRAND CONSEIL DE LA REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE, 1992. Loi sur la restauration, le débit de boissons et l'hébergement (LRDBH). *ge.ch* [en ligne]. 4 décembre 1992. [Consulté le 26 mai 2014].

⁴⁶ REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE. Brochure : *Directives pour buvettes temporaires, étalages en plein air et lots lors de loto ou tombolas*. *ge.ch* [PDF en ligne]. [Consulté le 11 juin 2014].

⁴⁷ SUISA. Brochure : *Tarif Commun E 2014-2018*. *www.suisa.ch* [PDF en ligne]. [Consulté le 26 mai 2014].

⁴⁸ Selon un entretien téléphonique avec le Service du Commerce, Genève, 15 mai 2014

⁴⁹ réf. 48

6. Finances

6.1 Prélocation

Nous avons décidé d'effectuer des prélocations dans le but d'estimer le nombre de spectateurs et de pouvoir ainsi mieux évaluer nos recettes ainsi que les aliments à commander.

Les deux grands centres de prélocation sur Genève sont la Fnac et le service culturel de Migros. Selon le gérant de la Salle Centrale, la Fnac prend 7.- de commission par billet vendu en ligne alors que le service culturel Migros n'en prend que 1.50.- C'est pourquoi, nous avons décidé d'effectuer nos prélocations avec le service culturel de Migros.

Le service culturel propose aux spectateurs d'effectuer leur achat en ligne (<http://www.migrosbilletterie.ch/>) ou de se rendre sur place afin de retirer leur billet. Le réseau du service culturel s'étend du bureau situé au 7 rue du Prince à Genève, du Stand Info à Balexert jusqu'à la Migros la Combe de Nyon.⁵⁰ Il propose donc trois endroits physiques différents où les clients peuvent venir acheter et retirer leur billet.

Les billets vendus en ligne par le biais du site du service culturel sont ensuite, soit envoyés par courrier quelques jours avant la manifestation à l'adresse de l'acheteur, soit l'organisateur vient les retirer le jour précédant l'événement et les distribue sur le lieu même. Comme les billets émis par le service culturel sont nominatifs, il lui suffira de vérifier la carte d'identité de la personne qui retirera son billet.

Comme nous l'avons vu précédemment, le service culturel demande une commission de 1.50.- par billet vendu en ligne. La commission n'étant versée que lorsque les billets sont achetés, nous offrons la possibilité au service culturel d'en vendre au maximum 400, au cas où il y aurait un afflux de demande. Pour nos prévisions budgétaires, nous ne prenons cependant en compte que le montant des commissions versées pour 200 billets vendus, c'est-à-dire **300.-** (200*1.5).

De notre côté, il nous faut prévoir environ 100 billets à vendre sur place pour les personnes qui n'auraient pas eu le temps d'effectuer des prélocations. Les billets seront créés sur Word avec la fonction du publipostage qui permet de placer un champ libre sur chaque billet afin d'y insérer un numéro unique. L'impression se fera dans le

⁵⁰ Selon un entretien avec une responsable du service culturel de Migros, Genève, 27.05.2014

bureau de la Salle Centrale. Celle-ci dispose d'un guichet d'où l'on pourra retirer les billets.

6.2 Prix de la soirée

L'un de nos objectifs est d'atteindre au minimum le seuil de rentabilité. Il convient donc de lister toutes les charges inhérentes à l'événement et de trouver ainsi le prix d'entrée qui permettrait de les couvrir en se basant sur 200 spectateurs.

Toutefois, nous ne prenons pas en compte dans le plan financier ci-dessous les charges relatives à la restauration. En effet, celle-ci n'est pas comprise dans le prix du billet et doit être réglée de manière indépendante par le spectateur.

De même, certaines rubriques comme les frais de déplacement ou la distribution de flyers ne sont pas incluses car elles concernent l'action des bénévoles de l'équipe de Daily Movies et ne représentent donc pas une charge monétaire en soi.

Nous avons cependant rajouté une rubrique « Imprévus » comme Lyne Branchaud (2011, p.41) le recommande dans son ouvrage : « *Il est essentiel de prévoir un montant pour les dépenses imprévues [...]. Ce montant peut se situer entre 5% et 10 % du budget total.* » Pour jouer la carte de la sécurité, nous nous basons sur un montant de 10 % des charges totales.

Tableau 8 : Plan financier sans restauration

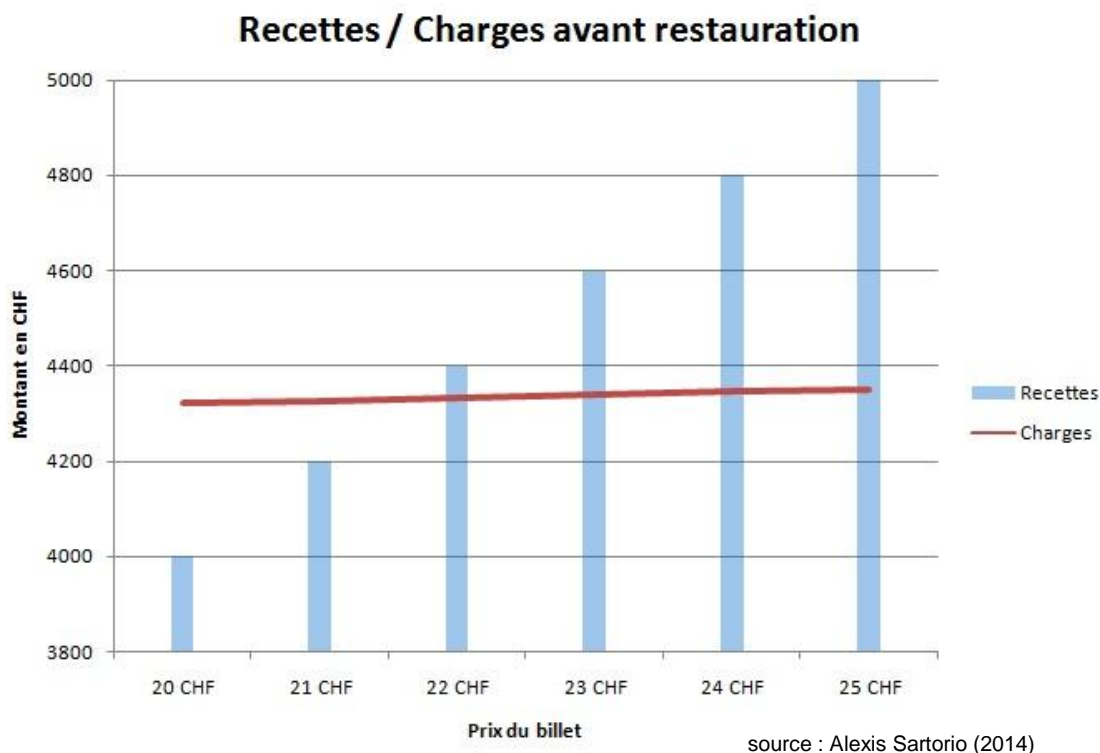
| Plan financier sans restauration | | | | |
|--|--------------------|--|-----------------------------|------------------|
| Charges attendues | | | Recettes attendues | |
| Location de salle (frais de nettoyage compris) | CHF 2'150 | | 200 personnes * 25.- | CHF 5'000 |
| Droit d'exploitation des films (615.- + 530.-) | CHF 1'145 | | | |
| Commissions service culturel Migros | CHF 300 | | | |
| Droits musicaux et droits voisins | CHF 139 | | | |
| Emoluments - Etat de Genève (75.- + 60.-) | CHF 135 | | | |
| Achat Blu-rays (37.- + 20.-) | CHF 57 | | | |
| Impression des affiches | CHF 30 | | | |
| Total des charges | CHF 3'956 | | | |
| Imprévus (10 % sur 3956.-) | 395.6 | | | |
| Total des charges avec imprévus | CHF 4'351.6 | | Total des recettes | CHF 5'000 |

Voici donc les tarifs que nous proposons de fixer :

- **25.-** en prélocation avec le service culturel Migros
- **30.-** sur place

Il est à relever que le seuil de rentabilité est déjà atteint lorsque le prix du billet s'élève à 22.- (selon le graphique ci-dessous).

Figure 7 : Graphique recettes / charges avant restauration



Cependant, nous estimons que nous pouvons arrondir le prix aux 5 francs supérieurs et proposer donc un billet d'entrée de 25.- en prélocation si nous nous basons sur les prix pratiqués sur le marché du cinéma en Suisse romande. En effet, le prix d'entrée d'un film à plein tarif dans un cinéma Pathé est de 19.-⁵¹ et équivaldrait donc à 38.- pour deux films. Aussi, le prix de 25.- que nous proposons pour deux films et deux démonstrations de kung-fu en direct est donc tout à fait raisonnable et représente même un excellent rapport qualité/prix pour le spectateur.

De surcroît, si l'on compare avec un événement cinématographique récurrent comme la Nuit du Court Métrage, le prix d'entrée de cet événement se situe entre 30 et 32.-⁵² et se trouve donc supérieur à celui de la Kung-fu Movie Night.

Quant aux billets achetés sur place à 30.-, le tarif a été fixé au-dessus du prix en prélocation dans le but d'inciter les personnes à commander à l'avance. Ainsi, tout en

⁵¹ PATHE, 2014. Pathé Balaxert Tarifs. *pathe.ch* [en ligne]. [Consulté le 29.07.2014].

⁵² NUIT DU COURT, 2014. Kurzfilmnacht. *nuitducourt.ch* [en ligne]. [Consulté le 29.07.2014].

permettant à l'équipe de Daily Movies d'anticiper ses commandes en restauration, cette dernière pourrait voir ses recettes augmenter par rapport aux prévisions.

Pour finir, il a été décidé, conjointement avec l'équipe de Daily Movies, de ne pas pratiquer de réduction spéciale pour cette première édition.

6.3 Recettes attendues

Si la restauration n'est pas comprise dans nos calculs, les recettes attendues de la soirée s'élèvent à **648.40.-** (5000 – 4351.6). Ainsi, selon notre objectif initial, le seuil de rentabilité a été atteint et même dépassé.

Il pourrait même être plus important si l'événement attirait au final plus de 200 personnes et que certains spectateurs payaient leur billet sur place.

Concernant les recettes avec restauration selon le plan financier complet à l'annexe 11, celles-ci s'élèvent à **1338.40.-** (6700 – 5361.6). Il convient de rappeler que ce chiffre est en mesure d'être modifié suivant le nombre de spectateurs.

Recommandations

Les recommandations ayant été formulées tout au long de ce travail, nous proposons ici un tableau synthétique résumant nos recommandations principales pour le bon déroulement de la soirée. Les recommandations détaillées peuvent être retrouvées dans les chapitres concernés.

Tableau 9 : Tableau synthétique des recommandations

| Tableau synthétique des recommandations | |
|--|--|
| Concept | |
| Thématique | Cinéma de kung-fu |
| Nombre de films projetés | 2 |
| Format | Blu-ray (Haute Définition) |
| Version | Version Originale sous-titrée français |
| Choix des films | « La 36 ^e Chambre de Shaolin » et « Il était une Fois en Chine » |
| Interventions | Démonstrations de kung-fu sur scène |
| Titre de la soirée | Kung-fu Movie Night |
| Besoins principaux | |
| Salle | Théâtre de la Madeleine |
| Restauration | Nourriture et boissons asiatiques / exotiques commandées chez Aligro |
| Période idéale | |
| Date | Samedi 3 octobre 2015 de 19h00 à 02h00 |
| Animations | |
| Démonstrations de kung-fu | Deux démonstrations réalisées par l'Ecole de Kung-fu de Genève |
| Accueil | Déguisements de moines Shaolin |
| Décoration | Affiches de films de kung-fu sur les parois |
| Communication | |
| Presse écrite | Presse quotidienne régionale et les gratuits, message basé sur le communiqué de presse |
| Radio | Radios régionales jeunes, message basé sur le communiqué de presse |
| Affichage | Composition selon le concept de communication, distribution par la société Affichage Vert et impression chez |

| | |
|-------------------------------|---|
| | PrintCarrier.com |
| Flyers | Distribution dans les lieux cinéphiles, étudiants/jeunes, membres des écoles d'arts martiaux et des communautés chinoises |
| Web | Création d'une page Facebook, référencement sur d'autres pages Facebook sites Internet, utilisation de la chaîne Youtube |
| Après l'événement | Création d'horizon d'attente, teasing, sondage papier, etc. |
| Aspect juridique | |
| Droit de projection des films | S'adresser à l'entreprise Wild Side et Fortune Star Entertainment |
| Permission d'organisation | Envoyer les formulaires en annexe au Service du Commerce et à la SUISA |
| Finances | |
| Prélocation | Service culturel de Migros |
| Prix de la soirée | 25.- en prélocation et 30.- sur place, sans réduction |

Conclusion

Par le biais de ce travail, nous avons proposé à l'entreprise mandante un nouveau concept de soirée cinématographique. Après avoir effectué des recherches principalement sur le terrain, nous avons réussi à apporter des éléments de recommandation au niveau de l'organisation de la soirée.

Il est à souligner que ce travail a été rédigé dans l'optique de répondre à un mandat alors qu'il ne reste cependant qu'un travail d'étudiant de fin de diplôme. Nous avons rencontré en effet des difficultés à l'accès aux informations et ne pouvions, de surcroît, pas y travailler à plein temps.

Si nous avions pu nous consacrer entièrement à ce projet, nous aurions eu besoin, par exemple, de créer un comité de pilotage dont chaque membre aurait eu une tâche définie, ceci afin de ne pas laisser la totalité de l'organisation dans les mains d'un seul individu. Ainsi, une personne aurait pu être responsable de la partie restauration, une autre de la partie communication, etc.

De même, nous aurions pu entamer des démarches auprès de sponsors dans le but de diminuer les charges de l'organisation malgré le fait que l'objectif de base, à savoir dépasser le seuil de rentabilité, a été atteint.

Malgré cela, nous avons tout de même pu jouir d'une grande autonomie dans la prise de décision et dans l'avancée du travail, ce qui fut, avec le recul, très enrichissant pour l'auteur de ces lignes.

Comme il a été démontré dans la partie financière, les bénéfices d'une telle soirée ne sont pas excessifs, comparé au temps et à l'énergie consacrés à l'organisation. Cette soirée est avant tout organisée par des passionnés voulant partager leur plaisir avec d'autres passionnés.

Nous pensons finalement qu'un tel travail peut être continuellement retouché par l'entreprise mandante avant la date fatidique afin de l'adapter encore plus précisément à ses besoins. En effet, l'organisation d'un événement peut toujours être améliorée.

Bibliographie

Livres

BRANCHAUD, Lyne, 2011. *L'organisation d'un événement – Guide pratique*. Québec : Presses de l'Université du Québec. ISBN 978-2-7605-1608-3

CLAVEAU, Philippe, 2005. *Management de projets événementiels – Mode d'emploi pour les associations et les entreprises*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble. ISBN 978-2-7061-1260-7

RAPEAUD, Mathias Lucien, 2013. *La communication événementielle : de la stratégie à la pratique, avec l'éco-conception et le digital*. Paris : Vuibert. ISBN 978-2-311-01103-6

Publications sur Internet

AERNI, Marianne, 2012. *La communication externe* [document PDF]. Support de cours : Cours « La communication externe », Haute école de gestion de Genève, filière économie d'entreprise, année académique 2013-2014

BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE. Brochure : *Guide succinct de la recherche d'ayants droit*. [PDF en ligne]. [Consulté le 29 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://guides-formadoct.ueb.eu/content.php?pid=108669&sid=817519>

INSTITUT FEDERAL DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE. Brochure : *Droits d'auteur et droits voisins*. www.ige.ch [PDF en ligne]. Mai 2011. [Consulté le 4 mars 2014]. Disponible à l'adresse : <https://www.ige.ch/fr/droit-dauteur.html>

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE. Brochure : *Directives pour buvettes temporaires, étalages en plein air et lots lors de lotto ou tombolas*. ge.ch [PDF en ligne]. [Consulté le 11 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <http://ge.ch/dares/service-du-commerce/manifestations-1178.html>

SUISA. Brochure : *Tarif Commun E 2014-2018*. www.suisa.ch [PDF en ligne]. [Consulté le 30 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.suisa.ch/fr/clients/branche/autre/service-religieux-et-travail-lie-a-lactivite-de-leglise/projections-de-films.html>

SUISSIMAGE. Brochure : *Notice explicative : projection de films*. www.suissimage.ch [PDF en ligne]. Janvier 2011. [Consulté le 29 février 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.suissimage.ch/index.php?id=faq_allgemein&L=1#faq_68d30a9594728bc39aa24be94b319d21

Sites Internet

BATHELOT, Bertrand, 2011. Définition Marketing événementiel. *definitions-marketing.com* [en ligne]. 3 janvier 2011. [Consulté le 27.06.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.definitions-marketing.com/Definition-Marketing-evenementiel>

Code QR. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 18 juillet 2014 à 16:32. [Consulté le 30.07.2014]. Disponible à l'adresse : https://fr.wikipedia.org/wiki/Code_QR

DAILY MOVIES, 2014. Festivals. *Daily Movies* [en ligne]. [Consulté le 24 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.daily-movies.ch/index.php?topic=3>

DEPARTEMENT DE L'INSTRUCTION PUBLIQUE, DE LA CULTURE ET DU SPORT. Vacances scolaires 2015-2016. *ge.ch* [en ligne]. [Consulté le 24 février 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.ge.ch/dip/vacances_scolaires1516.asp

DESCARY, Benoît, 2014. Twitter: quelques outils et astuces à utiliser pour votre prochain événement. *descary.com* [en ligne]. [Consulté le 01.08.2014]. Disponible à l'adresse : <http://descary.com/twitter-quelques-outils-et-astuces-a-utiliser-pour-votre-prochain-evenement/>

DUFFEZ, Olivier, 2013. Pleins de chiffres sur le site de vidéos Youtube.com. *webrankinfo.com* [en ligne]. 25.05.2013. [Consulté le 01.08.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.webrankinfo.com/dossiers/youtube/chiffres-statistiques>

ESPRIT DE GENEVE, 2014. L'Agenda de Genève. *L'agenda de Genève* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.agendadegeneve.ch/>

ETAT DE GENEVE. Registre du Commerce du Canton de Genève. *ge.ch* [en ligne]. 27.06.2014. [Consulté le 27 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <http://ge.ch/hrcintapp/externalCompanyReport.action?companyOfsUid=CHE-281.654.560&lang=FR>

Facebook. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 26 juin 2014 à 17:59. [Consulté le 17.06.2014]. Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Facebook>

FALCORD, 2008. La 36e chambre de Shaolin. *jeuxvideo.org* [en ligne]. 04.09.2008. [Consulté le 3 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.jeuxvideo.org/index.php/2008/09/04/la-36eme-chambre-de-shaolin/>

Francoradios. *Jy2m* [en ligne]. [Consulté le 20.06.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.jy2m.com/Francoradios/suisse.php>

GENEVE TOURISME ET CONGRES, 2014. Agenda Imagine Geneva. *Genève Tourisme et Congrès* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.geneve-tourisme.ch/fr/a-voir-et-a-faire/agenda/agenda/>

IGENEVE, 2014. Accueil. *Igenève.ch* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.igeneve.ch/agenda/index.php>

INFOMANIAK NETWORK, 2014. Accueil. *Infomaniak* [en ligne]. [Consulté le 16.06.2014]. Disponible à l'adresse : <https://www.infomaniak.com/>

INSTITUT FEDERAL DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE, 2014. Droit d'auteur. *ige.ch* [en ligne]. 15.05.2014. [Consulté le 30 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <https://www.ige.ch/fr/droit-dauteur/droit-dauteur.html>

INSTITUT FEDERAL DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE, 2014. Droit d'auteur et rapports juridiques. *ige.ch* [en ligne]. 02.06.2014. [Consulté le 28 juin 2014]. Disponible à l'adresse : <https://www.ige.ch/fr/service/questions-frequentes/droit-dauteur/droit-dauteur-et-rapports-juridiques.html>

LA DECADANSE, 2014. Accueil. *La décadanse* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.darksite.ch/ladecadanse/>

L'ASSEMBLEE FEDERALE DE LA CONFEDERATION SUISSE, 1992. Loi fédérale sur le droit d'auteur (LDA) du 9 octobre 1992 (Etat le 1^{er} janvier 2011). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 9 octobre 1992. [Consulté le 29 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19920251/>

LE GRAND CONSEIL DE LA REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE, 1992. Loi sur la restauration, le débit de boissons et l'hébergement (LRDBH). *ge.ch* [en ligne]. 4

décembre 1992. [Consulté le 26 mai 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.ge.ch/legislation/rsg/f/rsg_i2_21.html

LE GRAND CONSEIL DE LA REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE, 1992. Loi sur les spectacles et les divertissements (LSD). *ge.ch* [en ligne]. 4 décembre 1992. [Consulté le 26 mai 2014]. Disponible à l'adresse : http://www.ge.ch/legislation/rsg/f/rsg_i3_05.html

LE WEEKEND, 2014. Affiche de Genève. *leweekend.ch* [en ligne]. [Consulté le 30.07.2014]. Disponible à l'adresse : <http://le-weekend-ge.ch/>

LOISIRS.CH, 2014. Accueil. *Loisirs.ch* [en ligne]. [Consulté le 27.06.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.loisirs.ch/>

MEDIAONE, 2014. Radios. *Mediaone* [en ligne]. [Consulté le 20.06.2014]. Disponible à l'adresse : http://www.mediaone.ch/v2/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=22

NUIT DU COURT, 2014. Kurzfilmnacht. *nuitducourt.ch* [en ligne]. [Consulté le 29.07.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.nuitducourt.ch/page/9>

PATHE, 2014. Pathé Balexert Tarifs. *pathe.ch* [en ligne]. [Consulté le 29.07.2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.pathe.ch/de/geneva/balexert>

Quentin Tarantino Film Festival. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 9 mars 2014 à 10 :23. [Consulté le 03.02.2014]. Disponible à l'adresse : https://en.wikipedia.org/wiki/Quentin_Tarantino_Film_Festival

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE, 2014. E-Démarches. *ge.ch* [en ligne]. [Consulté le 26 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.ge.ch/demarches/welcome.asp>

SALLE CENTRALE DE LA MADELEINE, 2012. Présentation du théâtre et données techniques. *Salle Centrale de la Madeleine* [en ligne]. [Consulté le 3 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.sallecentrale.ch/theatre.html>

SEVENSEPT, 2013. Trilogie Il était une fois en Chine. *sevensept.com* [en ligne]. [Consulté le 3 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.sevensept.com/films/dvd/trilogie-il-etait-une-fois-en-chine.html>

Teasing. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 08 février 2014 à 08 :00. [Consulté le 17.06.2014]. Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Teasing>

Twitter. *Wikipedia: l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 18 juillet 2014 à 17:32. [Consulté le 01.08.2014]. Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Twitter>

UNIVERSITES DE LAUSANNE. Les calendriers académiques de l'UNIL. *unil.ch* [en ligne]. [Consulté le 24 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.unil.ch/central/page4804.html>

VILLE DE GENEVE. Détails Salle Centrale de la Madeleine. *Salles-Genève* [en ligne]. [Consulté le 3 février 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www2.salles-geneve.ch/4DACTION/WebAutreDetail/?vCodeBat=579>

XE, 2014. XE Currency Converter. *www.xe.com* [en ligne]. [Consulté le 5 mai 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=600&From=USD&To=EUR>

Youtube. *Wikipedia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 30 juillet 2014 à 17:49. [Consulté le 01.08.2014]. Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube>

Annexe 1

Catalogue des films à disposition au 15 janvier 2014

| Catalogue Blu-ray films asiatiques de kung-fu / wu xian | | | | |
|---|----------------|------------------|---------------------|--------------------|
| Titre français | Réalisateur | Acteur principal | Année de production | Editeur |
| La 36e Chambre de Shaolin | Liu Chia-Liang | Gordon Liu | 1978 | Wild Side |
| Retour à la 36ème Chambre | Liu Chia-Liang | Gordon Liu | 1980 | Wild Side |
| Les Disciples de la 36ème Chambre | Liu Chia-Liang | Gordon Liu | 1985 | Wild Side |
| Un seul Bras les tua tous | Chang Cheh | Jimmy Wang | 1967 | Wild Side |
| Le Bras de la Vengeance | Chang Cheh | Jimmy Wang | 1969 | Wild Side |
| La Rage du Tigre | Chang Cheh | David Chiang | 1971 | Wild Side |
| The Grandmaster | Wong Kar-Wai | Tony Leung | 2013 | Wild Side |
| Detective Dee: le mystère de la flamme fantôme | Tsui Hark | Andy Lau | 2010 | Wild Side |
| Kingdom of War | Ching Siu-Tung | Donnie Yen | 2008 | Wild Side |
| Tai Chi | Stephen Fung | Stephen Fung | 2012 | Wild Side |
| Fist of Legend | Gordon Chan | Jet Li | 1994 | Metropolitan Video |
| Twin Dragons | Tsui Hark | Jackie Chan | 1992 | Metropolitan Video |
| L'expert de Hong Kong | Benny Chan | Jackie Chan | 2006 | Metropolitan Video |
| Legendary Assassin | Chung Chi Li | Wu Jing | 2008 | Metropolitan Video |
| Little Big Soldier | Ding Sheng | Jackie Chan | 2010 | Metropolitan Video |
| The Myth | Stanley Tong | Jackie Chan | 2005 | Metropolitan Video |
| Le Règne des Assassins | Su Chao-Pin | Michelle Yeoh | 2010 | Metropolitan Video |
| Shaolin - La Légende des Moines Guerriers | Benny Chan | Jackie Chan | 2011 | Metropolitan Video |
| Il était une fois en Chine I | Tsui Hark | Jet Li | 1991 | Metropolitan Video |
| Il était une fois en Chine II - La Secte du Lotus Blanc | Tsui Hark | Jet Li | 1992 | Metropolitan Video |
| Il était une fois en Chine | Tsui Hark | Jet Li | 1993 | Metropolitan |

| | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|---------------|------|--------------------------------|
| III - Le Tournoi du Lion | | | | Video |
| Le Marin des Mers de Chine | Jackie Chan | Jackie Chan | 1983 | Metropolitan Video |
| Le Marin des Mers de Chine 2 | Jackie Chan | Jackie Chan | 1987 | Metropolitan Video |
| Mister Dynamite | Jackie Chan | Jackie Chan | 1986 | Metropolitan Video |
| Operation Condor | Jackie Chan | Jackie Chan | 1991 | Metropolitan Video |
| Police Story | Jackie Chan | Jackie Chan | 1985 | Metropolitan Video |
| Police Story 2 | Jackie Chan | Jackie Chan | 1988 | Metropolitan Video |
| Ip Man - La Légende du Grand Maître | Wilson Yip | Donnie Yen | 2008 | Metropolitan Video |
| Ip Man 2 - Le Retour du Grand Maître | Wilson Yip | Donnie Yen | 2010 | Metropolitan Video |
| Big Boss | Lo Wei | Bruce Lee | 1972 | Metropolitan Video |
| La Fureur de Vaincre | Lo Wei | Bruce Lee | 1971 | Metropolitan Video |
| La Fureur du Dragon | Bruce Lee | Bruce Lee | 1972 | Metropolitan Video |
| Le Jeu de la Mort | Robert Clouse | Bruce Lee | 1978 | Metropolitan Video |
| Opération Dragon | Robert Clouse | Bruce Lee | 1973 | Metropolitan Video |
| Hero | Zhang Yimou | Jet Li | 2002 | Universal Pictures |
| Le Secret des Poignards Volants | Zhang Yimou | Andy Lau | 2004 | Universal Pictures |
| La Cité Interdite | Zhang Yimou | Chow Yun-Fat | 2006 | M6 Video |
| Le Maître d'Armes | Ronny Yu | Jet Li | 2006 | Universal Pictures |
| True Legend | Yuen Woo-Ping | Zhao Wenzhuo | 2010 | Universal Pictures |
| La 14ème Lame | Daniel Lee | Donnie Yen | 2010 | Universal Pictures |
| Tigre & Dragon | Ang Lee | Michelle Yeoh | 2000 | Warner Bros. |
| La Princesse du Désert | Kim Sung-Soo | Zhang Ziyi | 2001 | Warner Bros. |
| Swordsmen | Peter Ho-sun Chan | Donnie Yen | 2011 | TF1 Vidéo |
| Le Royaume Interdit | Rob Minkoff | Jackie Chan | 2008 | TF1 Vidéo |
| Le Sorcier et le Serpent Blanc | Ching Siu-Tung | Jet Li | 2011 | First International Production |
| Qiu Jin, la Guerrière | Herman Yau | Rose Chan | 2011 | BAC Films |
| Kung-Fu Academy | Joe Cheung | Bai Jing | 2010 | BAC Films |
| Dragon Gate | Tsui Hark | Jet Li | 2011 | Seven7 |

Annexe 2 Offre location Salle Centrale



Notre offre pour la location de la Salle de Spectacles

Genève, le 27 mai 2014

Madame, Monsieur,

Faisant suite à notre entretien, j'ai le plaisir de vous proposer notre offre. Veuillez me tenir informé au plus vite dès votre acceptation des termes. Dès lors, vous recevrez votre contrat/facture dans les plus brefs délais. Je reste à votre disposition pour toutes informations supplémentaire dont vous auriez besoin.

| | |
|--------------------|---------------------------------|
| EVENEMENT : | Soirée Kung-Fu |
| DATE(S) : | Le Samedi 3 Octobre 2015 |
| HORAIRES : | De 9h à 2h |

| LOCATION DE LA SALLE | |
|-----------------------------|----------------|
| Une projection : | 2'200.- |
| RABAIS 25% : | 550.- |
| Total de la location | 1'650.- |

| NETTOYAGE ELIMINATION DES DECHETS | |
|-----------------------------------|------------------------|
| Tarif : | 150.- 250.- |

| LOCATIONS SUPPLEMENTAIRES | |
|--|--------------|
| Régisseur/technicien son - lumière 50.-/l'heure : estimation 10h | 0.- |
| Piano droit : 200.- accordage 200.- : | 0.- |
| Piano à concert demi-queue 1'500.- (accordage inclus) : | 0.- |
| Projecteur Full HD 250.- : | 250.- |
| Matériel technique location externe : | 0.- |
| Total des locations supplémentaires : | 250.- |

| BAR | |
|--|------------|
| 2 modules mobiles, tables, chaises, congélateur, 2 frigos, évier | |
| 50.- par jour de location : | 0.- |
| Total pour l'utilisation du bar | 0.- |

TOTAL (CHF) : 2'080.-

Dans l'attente de vos nouvelles, veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.

Anthony Pièce - Gérant

Annexe 3

Prix de vente petite restauration

| | | | | | Unités vendues par personne | Prix de revient par personne | Prix de vente par personne | Marge Nourriture | Marge Boissons |
|-----------------|--|--|--|--|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------|
| Surgelés | | | | | | | | 2.564 | 3 |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | 4 | CHF 1.50 | CHF 4.0 | | |
| | | | | | 4 | CHF 1.00 | CHF 2.5 | | |
| | | | | | 4 | CHF 1.25 | CHF 3.0 | | |
| Riz | | | | | | | | | |
| | | | | | 1 paquet pour 4 pers | CHF 0.50 | CHF 1.5 | | |
| Chips | | | | | | | | | |
| | | | | | 1 paquet pour 6 pers | CHF 0.77 | CHF 2.0 | | |
| Sauces | | | | | | | | | |
| | | | | | 600 ml pour 6 pers | CHF 0.37 | CHF 1.0 | | |
| | | | | | 600 ml pour 6 pers | CHF 0.40 | CHF 1.0 | | |
| | | | | | 700 ml pour 7 pers | CHF 0.60 | CHF 1.5 | | |
| Boissons | | | | | | | | | |
| | | | | | 1 | CHF 1.48 | CHF 4.5 | | |
| | | | | | 1 | CHF 2.65 | CHF 8.0 | | |
| | | | | | 1 | CHF 2.53 | CHF 7.5 | | |
| | | | | | 1 | CHF 2.83 | CHF 8.5 | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

Annexe 4 Commandes petite restauration

| | | | | | Unités vendues par personne et par article | Personnes nourries par article | Nb d'articles à commander | Prix de revient total | |
|------------------|---|-----------|--|--|---|-----------------------------------|------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Surgelés | | | | | | | | | Personnes estimées |
| | Raviolis chinois HarGao sg 750g 30 pièces (1 paquet) | CHF 11.50 | | | 4 | 7.5 | 4 | CHF 46.00 | 100 |
| | Gyoza Potsticker légume sg 30x20g 600gr (1 sachet) | CHF 8.70 | | | 4 | 7.5 | 4 | CHF 34.80 | |
| | Gyoza Potsticker poulet / légume sg 30x20g 600gr (1 sachet) | CHF 9.50 | | | 4 | 7.5 | 4 | CHF 38.00 | |
| Riz | | | | | | | | | |
| | riz siam patna torrione 1kg (6 paquets) | CHF 10.50 | | | 1 paquet pour 4 pers | 24 | 4 | CHF 42.00 | |
| Chips | | | | | | | | | |
| | chips de crevettes Sibell 250gr (1 paquet) | CHF 4.60 | | | 1 paquet pour 6 pers | 6 | 16 | CHF 73.60 | |
| Sauces | | | | | | | | | |
| | Sauce soja claire prb 600ml | CHF 2.20 | | | 600 ml pour 6 pers | 6 | 5 | CHF 11.00 | |
| | Sauce soja champignons prb 600ml | CHF 2.40 | | | 600 ml pour 6 pers | 6 | 5 | CHF 12.00 | |
| | Sauce douce aux piments le dragon 700ml | CHF 4.20 | | | 700 ml pour 7 pers | 7 | 4 | CHF 16.80 | |
| Boissons | | | | | | | | | |
| | Bière TsingTao (24 bouteilles) | CHF 35.40 | | | 1 | 24 | 8 | CHF 283.20 | |
| | Happy Day Grenade Rauch 1L (6 pièces) | CHF 15.90 | | | 1 | 6 | 8 | CHF 127.20 | |
| | Happy Day Mangue Rauch 1L (6 pièces) | CHF 15.20 | | | 1 | 6 | 8 | CHF 121.60 | |
| | Happy Day Passion Fruit Rauch 1L (6 pièces) | CHF 17.00 | | | 1 | 6 | 8 | CHF 136.00 | |
| Vaisselle | | | | | | | | | |
| | Fourchette Ps Blanc 100x (1 paquet) | CHF 3.90 | | | | 100 | 2 | CHF 7.80 | |
| | Couteau Ps Blanc 100x (1 paquet) | CHF 3.90 | | | | 100 | 2 | CHF 7.80 | |
| | Bol biodégradable chinet 0.2L 100x (1 paquet) | CHF 15.20 | | | | 100 | 2 | CHF 30.40 | |
| | Gobelet Pla biodégradable 3dl 70x (1 paquet) | CHF 10.90 | | | | 70 | 2 | CHF 21.80 | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | TOTAL | CHF 1'010.00 | |

Annexe 5

Scénario de la soirée

| Scénario de la soirée | | | |
|---|--|--|---|
| Samedi 3 octobre 2015 – Théâtre de la Madeleine | | | |
| Heure | Activité | Personnel | Commentaires |
| 12h00 | Arrivée et installation du matériel / décoration | Toutes les équipes | Mise en place de la décoration / panneaux informatifs, vérification du matériel technique, entreposage de la nourriture, impression des billets |
| 18h45 | Préparation nourriture et boissons | Equipe cuisine | Cuisson à l'avance du riz et des produits surgelés. L'équipe restauration reste sur place jusqu'à 19h45. |
| 18h50 | Accueil à l'extérieur par l'équipe déguisée en moine shaolin | Equipe accueil | |
| 19h00 | Ouverture de la porte qui donne accès à l'accueil | Organisateur équipe billetterie | Accueil des invités – Vente de billets - Restauration La porte du théâtre reste fermée jusqu'à 19h30 |
| 19h30 | Ouverture du théâtre | Organisateur équipe billetterie | Entrée des spectateurs dans le théâtre – Vérification des billets |
| 19h45 | Introduction de la soirée | Animateur | Mot de bienvenue, présentation des partenaires et du déroulement de la soirée |
| 20h00 | Première démonstration de kung-fu | Ecole de Kung-fu de Genève | Démo d'environ 10 minutes sur la scène du théâtre |
| 20h15 | Projection de « la 36 ^e Chambre de Shaolin » | Equipe technique | |
| 21h00 | Préparation nourriture et boissons | Equipe cuisine | Cuisson à l'avance du riz et des produits surgelés. L'équipe restauration reste sur place jusqu'à 21h30. |
| 21h15 | Entracte – arrêt du film | Equipe technique + animateur | Invitation à se restaurer et prendre une pause |
| 21h30 | Reprise du film | Equipe technique + animateur | |
| 22h15 | Préparation nourriture et boissons | Equipe cuisine | Cuisson à l'avance du riz et des produits surgelés. L'équipe restauration reste sur place jusqu'à 23h00. |
| 22h30 | Fin du film - Pause | Equipe technique - animateur | |
| 23h00 | Reprise – deuxième démonstration de kung-fu | Animateur – Ecole de Kung-fu de Genève | Démo d'environ 10 minutes sur la scène du théâtre |
| 23h15 | Projection de « Il était une Fois en Chine » | Equipe technique | |

| | | | |
|-------|------------------------------------|------------------------------|--|
| 00h00 | Préparation nourriture et boissons | Equipe cuisine | Cuisson à l'avance du riz et des produits surgelés. L'équipe restauration reste sur place jusqu'à 00h30. |
| 00h15 | Entracte – arrêt du film | Equipe technique + animateur | Invitation pour les spectateurs à se restaurer |
| 00h30 | Reprise du film | Equipe technique + animateur | |
| 01h30 | Fin du film et fin de la soirée | Equipe technique - animateur | Conclusion et remerciements |
| 02h00 | Fermeture des portes | Organisateur | |
| 03h00 | Rangement et départ | Toutes les équipes | Le nettoyage est effectué le lendemain par la Salle Centrale |

Annexe 6 Communiqué de presse



Communiqué de presse

Genève, le 10 septembre 2015

Daily Movies organise une toute nouvelle soirée cinématographique à Genève !

Le 3 octobre 2015, l'équipe de Daily Movies organise une soirée cinématographique où le kung-fu sera à l'honneur au Théâtre de la Madeleine.

Déjà auteur de la soirée Nanarparty consacrée aux mauvais films amusants qui connaît un réel succès depuis maintenant cinq ans, Daily Movies revient pour proposer aux spectateurs romands une nouvelle soirée cinématographique entièrement consacrée à l'univers du kung-fu nommée Kung-fu Movie Night.

Cette dernière se déroulera le samedi 3 octobre 2015 à partir de 19h00 en plein cœur de Genève dans un ancien théâtre contenant jusqu'à 500 places avec gradins : le Théâtre de la Madeleine.

Deux films cultes du cinéma kung-fu mis en scène par les meilleurs chorégraphes du genre y seront projetés en Haute Définition : *la 36^e Chambre de Shaolin* avec Gordon Liu (considéré par Tarantino comme l'un des meilleurs films de kung-fu de tous les temps) et *Il était une fois en Chine* avec Jet Li. Plus de 4 heures de pur cinéma en perspective !

La soirée sera agrémentée par la présence exceptionnelle de l'Ecole de Kung-fu de Genève qui fera une démonstration de ses talents en live devant les spectateurs avant la projection de chaque film.

KUNG-FU MOVIE NIGHT

Plus d'information sur [facebook.com/kungfumovienight](https://www.facebook.com/kungfumovienight) et auprès de

Carlos Mühlig – contact presse
+41 22 796 23 61
carlos@daily-media.ch

DAILY MOVIES - LE MAGAZINE 100% CINEMA
30'000 exemplaires en suisse romande
Distribution, festivals, cinémas, universités, Fnac, MediaMarkt, Pathé Romandie, etc.
<http://www.daily-movies.ch/>

Annexe 7

Lieux de distribution pour flyers

| | | | |
|--|--|--|--|
| Cinéphiles | Vidéos-clubs | Golden Sunset Video Avenue de Miremont 2 | Le Cinoche Rue de Peillonex 10 (Chêne-Bourg) |
| | | Star's Vidéo Club Rue de Livron 17 (Meyrin) | David Rue de Monthoux 54 |
| | Cinémas indépendants | Cinémas du Grütli Rue du Général-Dufour 16 | Nord-Sud Rue de la Servette 78 |
| | | Le Sputnik Place des Volontaires 4 | Ciné-Lux Boulevard de Saint-Georges 8 |
| | Festivals de cinéma (distribution de main à main) | NIFFF Juillet 2015 (Neuchâtel) | CinéTransat Juillet-août 2015 (la Perle du Lac – Genève) |
| | | Black Movie Janvier 2015 (Genève) | Open Air Gland Juillet 2015 (Gland) |
| Etudiants / personnes actives | Universités / Collèges | CEC André-Chavanne Avenue Tremblay 14 | Collège de Saussure Vieux-Chemin-d'Onex 9 (Petit-Lancy) |
| | | UNI-GE Activités culturelles Rue de Candolle 4 | UNI-GE Mail Boulevard du Pont-d'Arve 40 |
| | Bars | Café Cuba Place du Cirque 1 | La Citadelle Rue des Sources 20 |
| | | La Taverne de la République Rue de Carouge 44 | L'Eléphant dans la canette Avenue du Mail 18 |
| | Salles de concert | L'Usine Place des Volontaires 4 | Le Chat Noir Rue Vautier 13 (Carouge) |

| | | | |
|---|------------------------|---|--|
| | | AMR Rue des Alpes 10 | Palladium Rue du Stand 3bis |
| | Maisons de quartier | Le Spot Rue François-Perréard 3 (Chêne-Bourg) | MQEV Chemin de la Clairière 3 |
| | | MQCarouge Rue de la Tambourine 3 (Carouge) | Maison de quartier de Saint-Jean Chemin François-Furet 8 |
| Membres d'écoles d'arts martiaux | Ecoles d'arts martiaux | Ecole de kung-fu de Genève Rue Merle d'Aubigné 22 | Ecole Wuhun Rue du 31 Décembre 59 |
| | | System Wing Chun Academy Avenue de Lausanne 18 | Yi-Xin Rue de Carouge 57 |
| | Salles de sport | Boxing Club Genevois Rue du Village-Suisse 5 | Salle d'haltérophilie Avenue de Sainte-Clotilde 18bis |
| | | Holmes Place Rue du Rhône 50 | Plaza Sport Rue Jargonant 2 |
| Communauté chinoise | Epicerie asiatiques | Thu Hang Rue de Monthoux 52 | Sunlight Asian Food Rue du Bois-du-Lan 17 (Meyrin) |
| | | New Asian Spices Acacias Rue de la Caroline 7 (Les Acacias) | Asia Store Rue Pradier 8 |
| | Restaurants chinois | Panda Express Geneva Bvd Carl Vogt 39 | La Baguette d'Or Avenue Henri-Dunant 15 |
| | | Fleuve d'Or Rue Saint-Joseph 37 (Carouge) | Les Quatre Saisons Rue Blanvalet 3 |

Annexe 8

Formulaire unique manifestations



République et Canton de Genève
ADMINISTRATION CANTONALE



FORMULAIRE UNIQUE MANIFESTATIONS

GUICHET UNIVERSEL

La personne soussignée sollicite la permission d'organiser une manifestation :

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Culturelle | <input type="checkbox"/> Sportive |
| <input type="checkbox"/> Commerciale | <input type="checkbox"/> Fête de quartier |
| <input type="checkbox"/> Inauguration | <input type="checkbox"/> Cirque |
| <input type="checkbox"/> Stand d'information | <input type="checkbox"/> Tournage de film |
| <input type="checkbox"/> Stand ou manifestation politique | |
| <input type="checkbox"/> Autre (préciser) : | |
| Manifestation tout public ? | <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non |
| Manifestation payante ? | <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non |

IMPORTANT

Cette demande, ainsi que les annexes, doivent être impérativement envoyées **30 jours avant** la date de la manifestation à l'adresse :

Service du commerce
Centre Bandol, Rue de Bandol 1, 1213 Onex

Tél. : 022 388 39 39 - Fax : 022 388 39 40
E-mail : scom@etat.ge.ch

ou

Service de la sécurité et de l'espace publics
Boulevard Helvétique 29, 1207 Genève
Tél. : 022 418 61 00 - Fax : 022 418 61 01
E-mail : manifestations.seep@ville-ge.ch

Nom et prénom du requérant :

Né(e) le : AVS n°

Société, association, groupement ou collectivité publique :

Adresse : Code postal / Lieu :

Téléphone : Fax : Portable :

Adresse électronique :

Nom de la manifestation :

Date(s) : Heures sollicitées (de - à) :

Adresse(s) et lieu(x) de la manifestation :

Bref descriptif de la manifestation

.....

Explication

Cette démarche concerne toutes les manifestations précitées qui sont ponctuelles, limitées dans le temps. Elle représente une simplification de la procédure, sous l'angle d'un "Guichet Unique", servant de point de contact entre les différents offices ou services concernés de l'Administration cantonale et de la Ville de Genève afin de coordonner les différentes autorisations nécessaires au bon déroulement de votre manifestation.

Important

En aucun cas, le Service du commerce ou le Service de la sécurité et de l'espace publics, qui servent de point d'entrée de votre requête, ne peuvent se substituer aux autres offices ou services de l'Administration cantonale ou de la Ville de Genève. En conséquence, ceux-ci vous adresseront directement et séparément les autorisations relevant de leur compétence.

Attention : lorsque vous répondez "Oui" à l'une des questions ci-dessous, vous êtes prié-e-s de bien vouloir joindre à votre demande l'annexe y relative.

DSE - SCOM • Centre Bandol • Rue de Bandol 1 • 1213 Onex
Tél. +41 (22) 388 39 39 • Fax +41 (22) 388 39 40
www.ge.ch/scom

SEEP • Boulevard Helvétique 29 • 1207 Genève
Tél. +41 (22) 418 61 00 • Fax +41 (22) 418 61 01
www.ville-ge.ch



| I. Utilisation du domaine public | OUI | NON | Annexe à remplir |
|---|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| 1. Prévoyez-vous d'occuper la voie publique ? Précisez : <input type="checkbox"/> chaussée <input type="checkbox"/> trottoir <input type="checkbox"/> parc <input type="checkbox"/> autre _____ Si oui , indiquez les date, lieu et heure. Date : _____ Lieu : _____ Heure : de : _____ à : _____ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 2. Une des rues doit-elle être fermée (partiellement ou totalement) ? Si oui , indiquez les date, lieu et heure. Date : _____ Lieu : _____ Heure : de : _____ à : _____ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 3. Prévoyez-vous d'occuper un plan d'eau ? Accédez au formulaire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 4. Prévoyez-vous d'organiser une course sportive (cyclisme, pédestre ou autre) ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 1 |
| 5. Prévoyez-vous d'occuper des places de parking sur la voie publique (zone blanche, zone bleue, zone macarons) ? Si oui , avez-vous besoin d'une réservation de parcage ? _____ Si oui , indiquez les date, lieu et heure. Date : _____ Lieu : _____ Heure : de : _____ à : _____ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 6. Est-ce qu'une ligne TPG sera perturbée ? (Rue(s) fermée(s), ralentissement du trafic, etc.) Attention : toute perturbation peut occasionner des frais importants . | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 2 |
| 7. Prévoyez-vous d'organiser un cortège ou un défilé ? Parcours : _____ Date : _____ Lieu : _____ Heure : de : _____ à : _____ Nom du responsable du cortège : _____ Portable utilisé lors de la manifestation : _____ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| II. Animations | | | |
| Prévoyez-vous : | OUI | NON | Annexe à remplir |
| • d'exploiter une ou plusieurs buvette(s) temporaire(s) ? si plusieurs, indiquer le nombre : ... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 3 |
| • de diffuser de la musique ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 3 |
| • d'organiser un spectacle ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 3 |
| • d'organiser une tombola, loto ou une animation analogue ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 3 a |
| • d'organiser une loterie ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 3 b |
| • d'organiser une soirée dansante ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 3 |
| • d'organiser une fête foraine ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 4 |
| • d'organiser un marché ou d'exploiter des stands de vente ? Si oui , veuillez joindre une liste exhaustive des participants à votre demande. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |



III. Heures d'ouverture générales des stands, étalages, magasins, etc.

1. Prévoyez-vous l'ouverture des commerces au-delà de 19 h 30 ? OUI NON

Si oui, détaillez les horaires prévus pour chaque participant sur une liste exhaustive avec les indications suivantes : nom et prénom ou raison commerciale, articles mis en vente et horaire.

2. Prévoyez-vous de mandater ou de sous-traiter toutes ou partie des activités à une entreprise occupant du personnel étranger ? OUI NON Annexe à remplir n°5

Nombre de personnes : _____

IV. Installation(s) / construction(s) provisoire(s)

1. Prévoyez-vous d'installer : OUI NON Annexe à remplir

- manifestation dans un bâtiment existant ? n°6
- une tente ou un chapiteau de plus de 50 m² (plus de 50 personnes) ? n°6
- propriété de l'organisateur ? n°6
- un métier forain ou une installation assimilée ? n°6
- des gradins ou des estrades ? n°6
- autres installations telles que cuisine, chauffage, tables, chaises, scènes, etc. ? n°6
- d'installer un raccordement électrique ? n°6
- d'installer un raccordement d'eau ? n°6

2. Prévoyez-vous d'utiliser provisoirement des locaux existants ?

Si oui, merci d'indiquer l'adresse exacte : _____

V. Dentrées alimentaires

Prévoyez-vous de distribuer ou de vendre des denrées alimentaires ? OUI NON

Si oui, merci de vous conformer aux informations de l'annexe n°8. [Accédez à la directive](#)

VI. Animaux

Des animaux seront-ils présents sur le site de la manifestation ? OUI NON Annexe à remplir n°7

VII. Utilisation de véhicules

Prévoyez-vous de faire circuler un "petit train" ? OUI NON

Parcours : _____

Fréquence : _____



VIII. Espace aérien

Prévoyez-vous l'utilisation de l'espace aérien :

| | OUI | NON | Annexe à remplir |
|---|--------------------------|--------------------------|------------------|
| • avec une ou plusieurs montgolfières ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 8 |
| • avec un ou plusieurs dirigeables ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 8 |
| • avec un lâcher de ballons (uniquement si plus de 300 ballons) ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 8 |
| • avec un feu d'artifice ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | n° 8 |

IX. Procédé de réclame

Prévoyez-vous de mettre en place un procédé de réclame ?

OUI NON

N.B. : tout procédé de réclame doit faire l'objet d'une demande d'autorisation relative au procédé utilisé à la commune de situation.

X. Public ([accédez à l'explication](#))

1. Nombre maximal de personnes autorisées :

Le nombre maximal autorisé est défini en fonction :

- du nombre de places disponibles
- du nombre de places assises et debout autorisées
- de la formule suivante :
lors de manifestations en plein air $\leftarrow 4 \text{ personnes par m}^2$

| | | | |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Jusqu'à 500 personnes | <input type="checkbox"/> | Jusqu'à 10'000 personnes | <input type="checkbox"/> |
| Jusqu'à 1'000 personnes | <input type="checkbox"/> | Jusqu'à 20'000 personnes | <input type="checkbox"/> |
| Jusqu'à 1'500 personnes | <input type="checkbox"/> | Jusqu'à 30'000 personnes | <input type="checkbox"/> |
| Jusqu'à 3'000 personnes | <input type="checkbox"/> | Jusqu'à 40'000 personnes | <input type="checkbox"/> |
| Jusqu'à 6'000 personnes | <input type="checkbox"/> | Plus de 50'000 personnes | <input type="checkbox"/> |

2. Nombre effectif ou probable de personnes sur le lieu de la manifestation :

Le nombre effectif ou probable de personnes sur le lieu de la manifestation est calculé sur la base du nombre de billets vendus et réservés, en fonction de manifestations similaires ayant déjà eu lieu et / ou de la superficie du terrain en plein air.

Pour les manifestations se déroulant sur plusieurs jours, évaluer le "pic" d'affluence.

2.1 Nombre de billets vendus ou réservés (nombre approximatif billets d'après une manifestation précédente)

2.2 Lors de la manifestation en plein air $\leftarrow 2 \text{ personnes par m}^2$ personnes

Important

Merci de joindre tout plan ou toute information permettant l'instruction de votre dossier.

Par sa signature le requérant ou son représentant certifie que les informations communiquées sont exactes et s'engage à informer l'autorité compétente de tout changement ou modification intervenant après le dépôt de la demande.

Date

Signature du requérant ou de son représentant

Annexe 9

Demande d'autorisation



République et Canton de Genève
ADMINISTRATION CANTONALE

ANNEXE 3

Service du commerce
Centre Bandol, Rue de Bandol 1, 1213 Onex
Tél. : 022 388 39 39 - Fax : 022 388 39 40
E-mail : scom@etat.ge.ch

**DEMANDE D'AUTORISATION POUR ORGANISER
UN SPECTACLE, UN DIVERTISSEMENT, UN LOTO,
UNE TOMBOLA, UN MARGOTTON
OU UNE LOTERIE**

GUICHET UNIVERSEL

Site Internet : www.ge.ch/scom

Objet de la requête

Nom et prénom du requérant : Né(e) le :

Nom et prénom du mandataire : Né(e) le :

Société, association, groupement ou collectivité publique :

Rue et n° postal : Commune :

Téléphone : Fax : Portable :

Adresse électronique :

Nom de la manifestation :

Date(s) :

Adresse(s) et lieu(x) de la manifestation :

Entrée : payante gratuite Prix :

Type de musique :

Heures sollicitées : de à

Buvette(s) temporaire(s) : oui non

Nombre de buvettes exploitées : 1 2 autre (à préciser)

⇒ Si vous souhaitez organiser un loto, une tombola, un margotton accédez au [formulaire de demande - annexe 3 b](#) (formulaire à annexer à l'annexe 3).
⇒ Si vous souhaitez organiser une loterie ([accédez à l'extrait du règlement d'exécution](#)), merci de prendre directement contact avec le Service du commerce.

PREAVIS DE LA MAIRIE
(exce pté la Ville de Genève)

Date

Signature
(organisateur responsable)

DSE - SCOM • Centre Bandol • Rue de Bandol 1 • 1213 Onex
Tél. +41 (22) 388 39 39 • Fax +41 (22) 388 39 40

Annexe 10

Questionnaire SUISA



Questionnaire concernant les projections de supports audiovisuels avec musique (Tarif commun E)

Données sur le client

| | |
|-------------------|--------------------|
| Numéro de client: | Numéro de contrat: |
|-------------------|--------------------|

Adresse du client (domicile/siège social)

| | |
|-----------------------|--|
| Nom / société: | |
| Rue: | |
| N° postal / Localité: | |
| Forme juridique: | Inscription au Registre du Commerce: <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non |

Adresse de correspondance et de facturation

| | |
|-----------------------|----------------|
| Nom / société: | |
| Rue: | Case postale: |
| N° postal / Localité: | |
| Téléphone direct: | Fax: |
| E-mail: | Site internet: |
| Personne de contact: | |

Données sur la projection

| | |
|--|--|
| Nom de la manifestation: | |
| Date: | |
| Lieu de projection: <input type="checkbox"/> Cinéma: <input type="checkbox"/> Autre: | |
| Lieu de projection : | |
| Projection de supports audiovisuels avec musique: | |
| <input type="checkbox"/> Diaporamas <input type="checkbox"/> Films amateurs <input type="checkbox"/> Films muets <input type="checkbox"/> Films (cinémas, DVD) | |
| De la musique est-elle diffusée en dehors de la projection (musique de pause) ? <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non | |

Renseignements divers

| | |
|---|---|
| Avez-vous annoncé à Billag la réception télévision à titre professionnel ou commercial ? | <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non |
| Avez-vous annoncé à Billag la réception radio à titre professionnel ou commercial ? | <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non |

Recettes totales

| | |
|---|-----|
| Recettes brutes provenant de la vente des billets d'entrée: | CHF |
| Recettes brutes provenant de la vente d'abonnements: | CHF |

| | |
|---|-----|
| Sponsors, subventions et autres contributions nécessaires à la réalisation de la manifestation: | CHF |
|---|-----|

Frais (liés à la projection des films et à l'exécution de la musique)

| | |
|--|-----|
| Frais de licence et d'acquisition des films, frais de transports et de douane, etc.: | CHF |
| Indemnités versées aux projectionnistes et aux musiciens (cachets, frais de déplacement, de séjour, etc.): | CHF |
| Frais de location du lieu de déroulement de la projection: | CHF |
| Frais de location d'installations de projection, de sonorisation, d'instruments de musique: | CHF |

Liste des films projetés (si non annoncés dans une liste annexée)

| Dates de projection | Titres des films | Réalisateur | Année | Nombre spectateurs | Recettes totales CHF |
|---------------------|------------------|-------------|-------|--------------------|----------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Liste des films projetés en **avant-première**:

Etes-vous intéressé(s) par la conclusion d'un contrat: oui non

Membre de l'Association suivante:

Par votre signature, vous certifiez l'exactitude et l'exhaustivité des données ci-dessus. De plus, vous vous engagez à payer une redevance calculée selon le tarif commun E (TC E). Vous confirmez également avoir reçu le texte du tarif TC E et acceptez les dispositions de ce tarif.

Lieu et date:

Timbre et signature:

Annexe 11 Plan financier

| Plan financier avec restauration | | | | |
|--|---------------------------|--|---------------------------|-------------------------|
| Charges attendues | | | Recettes attendues | |
| Location de salle (frais de nettoyage compris) | CHF 2'150 | | 200 personnes *25.- | CHF 5'000 |
| Droit d'exploitation des films (615.- + 530.-) | CHF 1'145 | | Restauration | CHF 1'700 |
| Commandes restauration | CHF 1'010 | | | |
| Commissions service culturel Migros | CHF 300 | | | |
| Droits musicaux et droits voisins | CHF 139 | | | |
| Emoluments - Etat de Genève (75.- + 60.-) | CHF 135 | | | |
| Achat Blu-rays (37.- + 20.-) | CHF 57 | | | |
| Impression des affiches | CHF 30 | | | |
| Total des charges | <u>CHF 4'966</u> | | | |
| Imprévus 10 % sur 3956.- (sans restauration) | 395.6 | | | |
| Total des charges avec imprévus | <u>CHF 5'361.6</u> | | Total des recettes | <u>CHF 6'700</u> |