Actualité

Organisation de soirées : les règles d’or pour ne pas perdre d’argent quand on débute

Il y a l’envie de partager ses sons préférés avec toute une foule, le désir de faire vivre sa fête idéale. Et puis il y a le difficile retour à la réalité : la soirée de vos rêves ne peut voir le jour que si elle est solidement soutenue financièrement. Si ce n’est pas le cas, vous risquez de vous endetter (pour longtemps). Alors, comment ne pas perdre d’argent lors de ses premiers événements ? On a posé la question à Charles di Falco, fondateur du très pointu festival stéphanois Positive Education.

Hortense Giraud

Par Trax Magazine
En partenariat avec la Electronic Music Factory

Aujourd’hui, Charles di Falco est capable de rameuter des fans de techno des quatre coins de la France jusqu’a? Saint Etienne, avec une superbe programmation qui rassemble des pointures comme Helena Hauff et Dave Clarke. Mais c?a ne s’est pas fait en un jour : voila? 25 ans qu’il planifie soire?es et festivals de musiques e?lectroniques. Ses premie?res fe?tes, organise?es quand il n’avait que 16 ans, ont parfois e?te? des e?checs cuisants. Force?ment, il est bien place? pour tenter de nous e?viter les gale?res financie?res qui vont (trop) souvent avec les de?buts dans l’e?ve?nementiel.

Ne pas voir trop gros

Quand on se lance dans l’e?ve?nementiel, on peut avoir tendance a? e?tre « *un peu e?gocentrique* », sourit Charles di Falco. « *On pense que force?ment, tout le monde voudra venir a? notre soire?e, que les DJs qu’on aime vont plaire aux foules...* ». Me?me si les re?seaux sociaux peuvent faciliter les choses, c’est tout un art de savoir anticiper le nombre de personnes pre?sentes le jour J. Alors, le D.A de Positive Education insiste : il ne faut pas voir trop gros. « *C’est bien plus facile de pre?voir les cou?ts a? petite e?chelle, avant d’agrandir sa capacite? d’accueil pour de prochaines e?ditions* ». Il te?moigne lui-me?me de difficulte?s rencontre?es au de?but de son festival ste?phanois. « *Pour l’e?dition ze?ro, les places s’e?taient tre?s bien vendues. Alors, pour la*

premie?re vraie e?dition, on s'est plante?s. C'e?tait de?mesure?, on a vendu beaucoup moins de places que pre ?vu. Re?sultat : on a encore des dettes, trois ans apre?s. »

De?s le de?but : prendre du temps pour comptabiliser les de?penses

Ce n'est pas la ta?che la plus dro?le, mais c'est l'une des priorite?s quand on organise un e?ve?nement. Apre?s avoir fixe? un lieu, une date et une heure, mieux vaut cre?er un tableau Excel ou? l'on inscrit toutes les re?gies et leur cou?t. En paralle?le, il faut de?marcher les fournisseurs potentiels afin d'obtenir des devis. Au fil des anne?es, en gagnant la confiance de certaines entreprises, on peut e?tablir des partenariats pour proce?der a? des e?changes de visibilite? et obtenir des ristournes.

S'assurer

C'est une de?pense (raisonnable) a? pre?voir pour e?viter de se ruiner en cas de pe?pin. Pour tout e?ve?nement festif, il est ne?cessaire de payer une assurance Responsabilite? Civile, qui couvre les e?ventuels dommages cause?s aux participants. « *Je conseille de ne surtout pas la prendre au dernier moment, parce que ce n'est pas toujours e?vident de trouver un bon assureur qui soit d'accord pour encadrer un festival ou une soire?e.* », pre?vient Charles di Falco. « *Pour l'e?dition ze?ro de Positive Education, on a eu du mal a? trouver quelqu'un, et heureusement qu'un colle?gue avait un bon assureur qui nous a sauve?s !* »

Bien choisir la date

Il est tre?s important de surveiller le calendrier, pour e?viter toute concurrence de?loyale. Des vacances qui emme?nent les fe?tards loin de votre ville, une autre soire?e face a? laquelle vous ne faites pas le poids... Et vous pouvez perdre tout le public. Et votre argent avec.

Re?server une partie du budget pour faire face aux impre?vus

On n'a pas envie d'y penser, mais c'est quasi ine?vitable. Il a presque toujours des frais supple?mentaires de dernie?re minute : du mate?riel technique a? racheter, davantage de personnel ne?cessaire... « *Nous re?servons toujours au moins 5% de notre budget pour des impre?vus, et encore, c?a n'est pas assez* », pre?vient Charles di Falco. « *Cette anne?e par exemple, l'un de nos lieux de concert habituel e?tait en travaux et on a du? engager 30 % de personnel de se?curite? en plus. C?a nous a cou?te? tre?s cher, heureusement que nous avions un peu de marge !* »

Fide?liser son public

Cela vient avec le temps, mais cela permet de mieux anticiper le taux de participation a? un e?ve?nement. Selon Charles di Falco, la cre?ation d'un label (comme a? Positive Education) est comme une carte de visite. Cela

atteste de la qualite? de vos programmations, me?me quand on n’en connai?t pas tous les noms.

Vous l’aurez compris, il est de plus en plus facile de bien pre?voir son budget avec l’expe?rience. On noue des relations avec des fournisseurs qui peuvent faire des ristournes, on fide?lise son public, on peut s’entourer de comptables et de tre?soriers aguerris. Et surtout, on apprend de ses erreurs. A? vous de jouer !

Pour plus d'informations sur l'organisation d'événements, rendez-vous ici.

C. Laborie

21 novembre 2019