

1. [Accueil](#)
2. Organisation de soirées : les règles d'or pour ne pas perdre d'argent quand on débute

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'à 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 : voilà 25 ans qu'il planifie soirées et festivals de musiques électroniques. Ses premières fêtes, organisées quand il n'avait que 16 ans, ont parfois été des échecs cuisants. Force est de constater qu'il est bien placé pour tenter de nous éviter les galères financières qui vont (trop) souvent avec les débuts dans l'événementiel.

Ne pas voir trop gros

Quand on se lance dans l'événementiel, on peut avoir tendance à être « un peu égocentrique », sourit Charles di Falco. « On pense que forcément, tout le monde voudra venir à notre soirée, que les DJs qu'on aime vont plaire aux foules... ». Même si les réseaux sociaux peuvent faciliter les choses, c'est tout un art de savoir anticiper le nombre de personnes présentes le jour J. Alors, le D.A de [Positive Education](#) insiste : il ne faut pas voir trop gros. « C'est bien plus facile de prévoir les coûts à petite échelle, avant d'agrandir sa capacité d'accueil pour de prochaines éditions ». Il témoigne lui-même de difficultés rencontrées au début de son festival stéphanois. « Pour l'édition zero, les places s'étaient très bien vendues. Alors, pour la

première vraie édition, on s'est plantés. C'était de mesure?, on a vendu beaucoup moins de places que prévu. Résultat : on a encore des dettes, trois ans après. »

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

Ce n'est pas la tâche la plus drôle, mais c'est l'une des priorités quand on organise un événement. Après avoir fixé un lieu, une date et une heure, mieux vaut créer un tableau Excel où l'on inscrit toutes les régions et leur coût. En parallèle, il faut démarcher les fournisseurs potentiels afin d'obtenir des devis. Au fil des années, en gagnant la confiance de certaines entreprises, on peut établir des partenariats pour procéder à des échanges de visibilité et obtenir des ristournes.

S'assurer

C'est une dépense (raisonnable) à prévoir pour éviter de se ruiner en cas de pépin. Pour tout événement festif, il est nécessaire de payer une assurance [Responsabilité Civile](#), qui couvre les éventuels dommages causés aux participants. *« Je conseille de ne surtout pas la prendre au dernier moment, parce que ce n'est pas toujours évident de trouver un bon assureur qui soit d'accord pour encadrer un festival ou une soirée. »*, prévient Charles di Falco. *« Pour l'édition zéro de Positive Education, on a eu du mal à trouver quelqu'un, et heureusement qu'un collègue avait un bon assureur qui nous a sauvés ! »*

Bien choisir la date

Il est très important de surveiller le calendrier, pour éviter toute concurrence déloyale. Des vacances qui emmènent les festivaliers loin de votre ville, une autre soirée face à laquelle vous ne faites pas le poids... Et vous pouvez perdre tout le public. Et votre argent avec.

Reserver une partie du budget pour faire face aux imprévus

On n'a pas envie d'y penser, mais c'est quasi inévitable. Il y a presque toujours des frais supplémentaires de dernière minute : du matériel technique à racheter, davantage de personnel nécessaire... *« Nous réservons toujours au moins 5% de notre budget pour des imprévus, et encore, c'a n'est pas assez »*, prévient Charles di Falco. *« Cette année par exemple, l'un de nos lieux de concert habituel était en travaux et on a dû engager 30% de personnel de sécurité en plus. C'a nous a coûté très cher, heureusement que nous avons un peu de marge ! »*

Fidéliser son public

Cela vient avec le temps, mais cela permet de mieux anticiper le taux de participation à un événement. Selon Charles di Falco, la création d'un label (comme à Positive Education) est comme une carte de visite. Cela

atteste de la qualité de vos programmations, même quand on n'en connaît pas tous les noms.

Vous l'aurez compris, il est de plus en plus facile de bien prévoir son budget avec l'expérience. On noue des relations avec des fournisseurs qui peuvent faire des ristournes, on fidélise son public, on peut s'entourer de comptables et de trésoriers 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