



RAPPORT D'ÉVALUATION

de la convention de subventionnement 2011-2014

entre

la Ville de Genève

ci-après *la Ville*

**et l'association du Festival international
du film oriental de Genève (FIFOG)**

ci-après *le FIFOG*

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCTION | 3 |
| 1.1. Contexte de l'évaluation | 3 |
| 1.2. Démarche | 3 |
| 2. EVALUATION | 4 |
| 2.1. Correspondance entre le projet artistique et culturel du FIFOG et le cadre de la politique culturelle de la Ville | 4 |
| 2.2. Relations entre les parties signataires | 4 |
| 2.2.1. Echanges d'informations réguliers et transparents | 4 |
| 2.2.2. Qualité de la collaboration entre les parties | 4 |
| 2.2.3. Remise des documents et tableaux de bord | 5 |
| 2.3. Respect des engagements mesurables pris par les parties | 5 |
| 2.3.1. Réalisation des engagements du FIFOG | 5 |
| 2.3.2. Réalisation des engagements de la Ville | 7 |
| 2.3.3. Bilans financiers et comptables | 8 |
| 2.4. Réalisation des objectifs du FIFOG | 10 |
| 3. CONCLUSION ET PERSPECTIVES | 12 |
| ANNEXE 1 : TABLEAU COMPARANT LE PLAN FINANCIER, LES BUDGETS ET LES COMPTES | 14 |
| ANNEXE 2 : TABLEAU DE BORD | 16 |

1. Introduction

1.1. Contexte de l'évaluation

Le 30 mai 2011, la Ville et le FIFOG ont signé une convention de subventionnement portant sur les années 2011 à 2014. Conformément à l'article 22 de cette convention, une évaluation est réalisée conjointement par les représentants des signataires au cours de la dernière année de validité. La présente évaluation porte sur les activités et les résultats des exercices 2011, 2012 et 2013, ainsi que sur les éléments déjà connus de 2014.

1.2. Démarche

Ce rapport a été rédigé en partenariat par les représentants de la Ville et du FIFOG. Ces représentants se sont réunis le 25 juin 2014 pour discuter du contenu de ce rapport. Des réunions internes aux partenaires et des échanges de courriels ont permis de compléter le document.

2. Evaluation

Ce chapitre reprend les objectifs définis dans la convention, notamment la correspondance entre le cadre politique posé par la Ville et le projet artistique et culturel du FIFOG, les charges financières liées à la gestion de l'association, les engagements des parties ainsi que les réalisations du FIFOG. Ces objectifs ont été évalués selon les critères définis dans l'annexe 4 de la convention.

Trois degrés d'appréciation ont été retenus : objectif atteint, partiellement atteint ou non atteint.

2.1. Correspondance entre le projet artistique et culturel du FIFOG et le cadre de la politique culturelle de la Ville

La convention confirme que le projet culturel du FIFOG (article 5) correspond à la politique culturelle de la Ville (article 3), cette correspondance faisant l'objet d'une évaluation (annexe 4). Atteint

Le projet culturel du FIFOG mené à bien durant la période évaluée correspond au projet défini dans la convention et est en accord avec le cadre de la politique culturelle de la Ville. Cet aspect est repris en détail aux points 2.3 et 2.4.

2.2. Relations entre les parties signataires

2.2.1. Echanges d'informations réguliers et transparents

Dans les limites de la loi sur l'information du public, l'accès aux documents et la protection des données personnelles (LIPAD), les parties se communiquent toute information utile à la mise en œuvre de la présente convention. Atteint
Toutes les informations seront communiquées par écrit aux personnes dont les coordonnées figurent à l'annexe 5 de la convention (art. 20).

Les échanges d'informations ont été réguliers et transparents.

2.2.2. Qualité de la collaboration entre les parties

La Ville et le FIFOG sont satisfaits de la qualité de leur collaboration.

2.2.3. Remise des documents et tableaux de bord

Chaque année, au plus tard le 15 mars, le FIFOG fournit à la personne de contact de la Ville :

- son bilan et ses comptes audités avec le rapport des réviseurs ;
- son rapport d'activités intégrant le tableau de bord avec les indicateurs de l'année concernée.

Le rapport d'activités annuel prend la forme d'une auto-appréciation de l'exercice écoulé. Il met en relation les activités réalisées avec les objectifs initiaux et explique l'origine des éventuels écarts.
(art. 8)

Atteint

Tous les documents ont été remis dans les délais.

Le 31 octobre 2013 au plus tard, le FIFOG fournira à la Ville un plan financier pour la prochaine période de quatre ans (2015-2018) (art. 7).

Reporté

Avec l'accord de la Ville, le délai pour la reddition du plan financier 2015-2018 a été repoussé à l'automne 2014.

2.3. Respect des engagements mesurables pris par les parties

Dans ce chapitre sont évalués les engagements mesurables du FIFOG et de la Ville. Les engagements du FIFOG en termes d'activités annuelles sont évalués au point 2.4.

2.3.1. Réalisation des engagements du FIFOG

Le FIFOG s'engage à être le bénéficiaire direct de l'aide financière. Il ne procédera à aucune redistribution sous forme de subvention à des organismes tiers.

Le FIFOG s'oblige à solliciter tout appui financier public et privé auquel il pourrait prétendre. Ces appuis ne doivent toutefois pas entrer en contradiction avec les principes régissant la politique générale de la Ville (art. 6).

Atteint

Le FIFOG n'a pas redistribué ses subventions à des organismes tiers.

Le FIFOG a sollicité et obtenu des aides régulières du Canton de Genève, de la Direction du développement et de la coopération (DDC), de la Loterie romande, de la francophonie et des médias comme TV5, Léman Bleu et le Courrier.

Le FIFOG a également bénéficié de l'aide d'ambassades pour des réceptions ou des billets d'avion.

Mentionner le soutien de la Ville sur tout document promotionnel produit par le FIFOG.

Le logo de la Ville doit également y figurer si les logos d'autres partenaires sont présents (art. 9).

Atteint

Le FIFOG mentionne le soutien de la Ville sur ses documents promotionnels.

Observer les lois, règlements et conventions collectives de travail en vigueur concernant la gestion du personnel, en particulier pour les salaires, les horaires de travail, les assurances et les prestations sociales (art. 10). Atteint

Le FIFOG respecte les lois et règlements en vigueur.

Mettre en place un système de contrôle interne adapté à sa mission et à sa structure (art. 11). Atteint

Le FIFOG n'a que deux collaborateurs salariés. Ils ont chacun un cahier des charges. Pour les dépenses, la signature du trésorier est nécessaire en plus de celle d'un employé.

S'engager à : Atteint
- adopter et appliquer un plan de classement pour les archives administratives;
- ne pas détruire les archives administratives susceptibles d'avoir une valeur archivistique durable;
- constituer les archives historiques;
- conserver les archives dans un lieu garantissant leur protection.
(art. 12)

Le FIFOG a contacté le Services des Archives de la Ville, qui est venu donner des conseils.

Utiliser des moyens d'affichage et de promotion respectueux de l'environnement. Atteint
Ne pas faire de publicité pour le tabac, l'alcool et les drogues.
Respecter les principes du développement durable.
(art. 13)

Le FIFOG est attentif au respect de la loi sur l'affichage et prend immédiatement des mesures si les sociétés mandatées pour l'affichage contreviennent à cette loi.

Le FIFOG ne fait pas de publicité pour le tabac, l'alcool et les drogues.

Le FIFOG choisit des produits dérivés respectueux de l'environnement, comme par exemple des stylos fabriqués en Suisse à base de riz bio.

2.3.2. Réalisation des engagements de la Ville

Le FIFOG est autonome quant aux choix de son programme artistique et culturel, dans le cadre des subventions allouées et en conformité avec le projet artistique et culturel décrit à l'article 5 et à l'annexe 1. La Ville n'intervient pas dans les choix de programmation (art. 14).

Atteint

La Ville n'est pas intervenue dans les choix de programmation.

Le FIFOG remercie la Ville pour la liberté d'expression qu'elle garantit.

La Ville s'engage à verser un montant total de 380'000 francs pour les quatre ans, soit une subvention de 80'000 francs en 2011 et de 100'000 francs par année en 2012, 2013 et 2014 (art. 15).

Atteint

La Ville a versé ses subventions conformément à la convention.

Les subventions sont versées en deux fois, soit aux mois de février et juillet. Le premier versement représente trois quarts de la subvention annuelle, le deuxième un quart (art. 17).

Atteint

Le versement des subventions a suivi le rythme prévu dans la convention.

Pour la durée du festival, la Ville met à disposition du FIFOG les salles de projection et les locaux communs du Grütli, sous réserve d'accords avec les associations qui en bénéficient durant le reste de l'année.

Atteint

La Ville peut accorder un soutien au FIFOG pour l'organisation d'une réception. Ce soutien doit faire l'objet d'une décision du Conseil administratif, suite à une demande écrite que lui aura adressée le FIFOG.

La Ville peut prêter gratuitement du matériel audiovisuel au FIFOG. Ces prêts doivent faire l'objet d'une décision du Service de la promotion culturelle, suite à une demande écrite que lui aura adressée le FIFOG.

La Ville peut mettre gratuitement à disposition du FIFOG des emplacements d'affichage sur les colonnes Morris. La mise à disposition de ces emplacements doit faire l'objet d'une décision du Service de la promotion culturelle, suite à une demande écrite que lui aura adressée le FIFOG (art. 16).

Les subventions en nature ont été octroyées conformément à la convention, à l'exception du prêt de matériel audiovisuel qui n'a plus été possible suite à la disparition du Centre multimédia.

2.3.3. Bilans financiers et comptables

La valeur de tout apport en nature qui serait accordé ponctuellement est indiquée par la Ville au FIFOG et doit figurer dans ses comptes (art. 16). Atteint

Le FIFOG fait figurer la valeur des subventions en nature dans ses comptes.

Au terme de l'exercice 2014, pour autant que les prestations financées aient été fournies conformément à la convention, le résultat cumulé des exercices 2011 à 2014 est réparti entre la Ville et le FIFOG selon la clé suivante : si le résultat cumulé est positif, le FIFOG restitue à la Ville 30 % de ce résultat ; si le résultat cumulé est négatif, le FIFOG a l'obligation de combler ce déficit au cours de la prochaine période de quatre ans. La Ville ne versera pas de subvention extraordinaire pour combler ce déficit (art. 19). A évaluer au terme de l'exercice 2014

Un tableau détaillé comparant le plan financier de la convention, les budgets actualisés et les comptes figure en annexe. Les principaux écarts sont expliqués ci-dessous.

L'augmentation de la taille du projet a impliqué l'augmentation du budget. Pour assurer un équilibre, le FIFOG a cherché auprès d'autres partenaires des aides diverses. Dans l'ensemble, le FIFOG a fait preuve de rigueur dans sa gestion. A l'exception de 2013 et 2014, le FIFOG a toujours réussi à boucler son budget à l'équilibre. Le léger déficit cumulé de 8'425 francs s'explique par la réduction (parfois suppression) des sommes accordées par certains partenaires sur lesquels le festival a compté, ainsi que par la prise de risque mesurée du FIFOG d'investir dans la qualité en améliorant certains postes : qualité des films, augmentation du nombre d'invités, programme pédagogique, mise sur pied des compétitions. Voici quelques commentaires concernant certains postes qui ont connu des hausses sensibles.

En matière de frais administratifs, fournitures de bureau, matériels divers, les prévisions ont été respectées sur les 4 ans.

Concernant les frais des invités, ils ont connu une augmentation constante, dépassant 50% par rapport à ce qui a été prévu en 2012 et 2013. Toujours dans le souci de garantir la qualité, cette augmentation réelle des frais invités est due à une ligne que le FIFOG tente de respecter malgré le manque de moyens : un film puis un débat assuré par les réalisateurs ou intervenants.

Le tableau indique aussi une hausse du poste « Inauguration, réceptions ambassades » en 2013 et 2014. Cela s'explique par l'effort du FIFOG de convaincre les représentations diplomatiques de financer ces réceptions, qui n'ont aucune incidence sur la ligne artistique du FIFOG.

On note aussi dans le tableau une hausse sensible du poste « Frais de déplacements et de présence dans les autres festivals ». En fait, ce chapitre inclut une partie importante des frais de la promotion du festival et l'implication du FIFOG dans des réseaux qui rapporte beaucoup. En effet, l'incidence positive sur le budget est non négligeable : facilité de trouver des films, de les négocier à bas prix, de trouver des sponsors, présence médiatique etc. Il

faut encore ajouter à cela l'élaboration de plusieurs programmes spéciaux visant à promouvoir le cinéma suisse et le FIFOG à l'étranger : Maroc, Algérie, Russie.

L'augmentation du budget est aussi à expliquer par des frais non prévus, à savoir l'augmentation des défraiements de collaborateurs et des frais des divers événements parallèles dont les expositions, les conférences, etc.

Le FIFOG a volontairement misé sur la promotion et la publicité, ce qui a pour conséquence la hausse des frais prévus.

Le FIFOG a réussi à trouver un équilibre budgétaire en :

1. réduisant au minimum les frais salariaux ;
2. augmentant le nombre de ses sponsors ;
3. recevant des aides en nature (non monétaires) ;
4. bénéficiant d'une augmentation de certaines subventions (Loterie Romande et Canton de Genève) ;
5. augmentant constamment ses recettes de billetterie ;
6. augmentant l'apport du FIFOG, principalement en termes de bénévolat.

2.4. Réalisation des objectifs du FIFOG

Les objectifs et les activités du FIFOG sont décrits dans la convention de subventionnement (à l'article 5 et à l'annexe 1). Les indicateurs commentés ci-dessous ont été définis par la Ville et le FIFOG. Ils figurent à l'annexe 3 de la convention.

Le tableau de bord avec les indicateurs mesurés pour les années 2011, 2012 et 2013 figure à l'annexe 1 du présent rapport.

Commentaires du FIFOG concernant les indicateurs d'activités :

La totalité des objectifs ont été atteints, voire dépassés. Certains indicateurs, comme le nombre de films n'ayant pas de distributeurs en Suisse, les pourcentages des genres ou encore de la provenance des films ont été respectés et ont parfois progressé sensiblement.

Les résultats décrits dans le tableau de bord démontrent l'importance du FIFOG pour la Ville et le Canton de Genève, mais aussi, l'importance qu'il revêt aux yeux aussi bien des professionnels et des médias que des spectateurs.

JEUNE PUBLIC

Le FIFOG a multiplié ses efforts pour toucher le jeune public. La présence à l'école, l'accompagnement des projections pour enfants avec des animations dont le ciné-bruch ont permis de dépasser le nombre de projections ciblées (les projections scolaires et enfants dépassent les 30 au lieu des 5 visées). Le FIFOG a aussi tenu à offrir un espace pour les familles avec le ciné-bruch du dernier dimanche du festival.

LES PRIX

Depuis 2012, le FIFOG a mis en place plusieurs compétitions ayant un double objectif : assurer de la crédibilité et de l'intérêt auprès des professionnels, et assurer la visibilité du festival. Au total, 17 prix ont été décernés en 2014.

A préciser que tous les prix jeunes ou scolaires répondent plus à des objectifs de formation et de pédagogie que de distinction pure et simple.

SPECTATEURS

Les efforts du FIFOG célébrant la qualité de l'offre filmique et d'évènements parallèles ont eu un impact certain. Ainsi, le succès public n'a jamais été démenti et la fréquentation a connu une croissance spectaculaire. La valeur cible a été doublée (la barre des 7'100 a été dépassée au lieu des 3'100 ciblés).

PROJECTIONS ET FILMS SELECTIONNES

Le nombre de films est passé de 60 à 122 et le nombre de projections publiques est passé de 50 à 116. On a assisté à l'augmentation du nombre de films n'ayant pas de distributeurs en Suisse. Le concept même du FIFOG est de mettre en avant des films qui n'ont pas ou peu de visibilité en Suisse. Aussi, le FIFOG a beaucoup travaillé la qualité des films et des projections. La quasi-totalité des films est inédite en Suisse et est accompagnée par des réalisateurs ou intervenants pour débattre avec le public. Cela s'est traduit par des articles de presse élogieux et une croissance de la fréquentation.

INVITES

Le nombre d'invités a connu une progression régulière malgré le contexte budgétaire restreint (le nombre d'invités a passé de 15 à 62). Cela répond aux soucis et aux vœux du FIFOG de travailler la qualité des projections et d'offrir le maximum à ses fidèles spectateurs.

COLLABORATIONS AVEC D'AUTRES PARTENAIRES

La collaboration avec les autres partenaires est un point fort du FIFOG. Plus de 100 partenaires ont pris part à la dernière édition. Le festival a eu lieu dans une vingtaine de lieux. A noter que les partenaires sont à la fois locaux, nationaux et internationaux.

VISIBILITE MEDIATIQUE

La visibilité médiatique du FIFOG, nationale et internationale, a été spectaculaire. Le nombre de références a explosé. Au lieu de la quarantaine ciblée, on en est à plus de 160. On a assisté également à la multiplication et la pérennisation de plusieurs partenariats médiatiques. Cela dénote la qualité du travail fourni par le FIFOG et l'efficacité de sa stratégie de marketing.

AUTRES ACTIVITES

Le FIFOG a développé plusieurs activités parallèles : expositions, conférences académiques, ateliers de formations, ciné-bruch, forum de production, installations artistiques, projections au sein des maisons de quartiers et des cafés. Ce programme a remporté un franc succès et a contribué au développement du festival.

3. Conclusion et perspectives

Commentaires du FIFOG

Le FIFOG vient de finir avec succès sa 9^{ème} édition. Il est devenu un rendez-vous cinématographiques qui compte en Suisse romande et en France voisine.

Le FIFOG est présent dans plus de 20 lieux, avec une centaine de films, débats, conférences, ateliers et expositions, et plus de 60 invités. Porté par plus de 100 partenaires nationaux et internationaux, il offre 17 prix (sans valeur monétaire). Avec ses projections, débats, conférences, ateliers de formation, programme scolaire, projets en faveur du jeune public et installations artistiques, le FIFOG a réussi à se construire une identité cinématographique forte et à asseoir sa notoriété aussi bien au niveau Suisse qu'à l'étranger.

Rendez-vous incontournable du paysage culturel de la Ville et du Canton de Genève, le FIFOG est un canal appréciable de la promotion du cinéma Suisse à l'étranger où le FIFOG a présenté des programmes spéciaux : Algérie, Maroc, Espagne, Belgique, Russie, etc.

La totalité des valeurs cibles des indicateurs a été atteinte, voire dépassée. Tous les indicateurs, dont le nombre de projections, la fréquentation, le nombre d'espace investis, la visibilité médiatique, ont largement progressé.

Plusieurs facteurs expliquent cela. D'abord le sérieux, la rigueur et la persévérance de toute une équipe qui a fait preuve de motivation et de professionnalisme. Ensuite, la satisfaction que cela procure aux professionnels, aux médias et au public. En effet, le FIFOG vient répondre à des attentes longtemps ignorées. Enfin, au-delà de l'intérêt professionnel qui n'est plus à démontrer, le FIFOG se veut aussi un projet qui promeut l'intégration, le vivre ensemble et qui soigne l'image de Genève à l'étranger.

Vu l'importance que ce projet revêt pour la Ville et le Canton de Genève, comme le montrent les résultats décrits dans le tableau de bord ; vu les attentes du public genevois, qui n'a aucune autre chance de voir les films présentés par le FIFOG ailleurs ; vu les potentialités de développement du festival ; vu la motivation du comité du FIFOG, qui a porté le projet depuis des années ; vu l'efficacité de la petite équipe organisatrice ne ménageant pas ses efforts, il est évident que le FIFOG a de l'avenir devant lui.

Durant les prochaines années, le festival pourrait rassembler plus de professionnels, plus de monde, fédérer plus de partenaires, toucher plus les écoles, travailler l'image de Genève à l'extérieur, participer à la dynamique de l'intégration en Suisse, favoriser les activités interculturelles, donner la parole à des cinéastes brimés chez eux, promouvoir les droits humains. Or, pour cela, il faudrait des moyens financiers plus conséquents. Ceux-ci permettraient au FIFOG d'élargir son équipe et d'augmenter sa masse salariale, afin de répondre à de nouvelles exigences qui feront effet de boule de neige.

Une convention de subventionnement avec la Ville de Genève reste précieuse. Elle lui assure une petite stabilité et une garantie sur laquelle il peut s'appuyer afin d'aller chercher d'autres moyens à même de permettre la réalisation de ses ambitions.

Commentaires de la Ville

Le projet artistique et culturel du FIFOG mené durant la période évaluée a suivi les lignes principales du projet défini dans le cadre de la convention de subventionnement 2011-2014. Les indicateurs quantitatifs – nombre de films programmés et nombre de spectateurs notamment – fixés en accord avec la Ville de Genève ont été atteints.

Toutefois, il convient de relever un certain nombre d'éléments qui incitent aujourd'hui à procéder à une réévaluation de la manifestation.

En effet, au terme de la convention, et suite à plusieurs remarques critiques émanant des partenaires du FIFOG, en particulier de la direction des Cinémas du Grütli, il avait été convenu de procéder à un certain nombre d'améliorations en termes d'organisation et de programmation de l'événement.

Globalement, ces remarques concernaient les points suivants :

- le manque d'une direction technique assurant la bonne coordination des projections (délai de livraison des films, contrôle de qualité des supports techniques, etc.) ;
- le trop grand étalement du festival, mobilisant à la fois les salles des Cinémas du Grütli et la salle de Fonction : Cinéma ;
- un certain amateurisme dans l'accueil du public et pour ce qui concerne l'accompagnement des projections (présentations, débats, etc.) ;
- la difficulté de dégager des lignes directrices dans une programmation foisonnante mais jugée trop peu sélective.

Partant de ces constats, les questions suivantes se posent :

- Comment améliorer l'organisation et le suivi technique du festival ?
- Quelles sont les mesures que les responsables de la manifestation sont disposés à prendre pour en professionnaliser les différents secteurs ?
- Faut-il réévaluer le soutien de la Ville à ce festival ?

Fort de ces considérations, il a été décidé de surseoir à un éventuel renouvellement de la convention de subventionnement en 2015 et de rediscuter de l'avenir de la manifestation au terme de la prochaine édition du FIFOG.

Annexe 1 : Tableau comparant le plan financier, les budgets et les comptes

| | 2010 | Prév. 2011 | comptes 2011 | Prév. 2012 | comptes 2012 | Prév. 2013 | comptes 2013 | Prév. 2014 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| COÛT DU PERSONNEL | | | | | | | | |
| Salaires et charges sociales | 79'226 | 130'000 | 74'338 | 130'000 | 113'891 | 130'000 | 157'276 | 130'000 |
| FRAIS ADMINISTRATIFS | | | | | | | | |
| Loyer bureau, charges | 8'626 | 8'600 | 8'006 | 8'600 | 8'356 | 8'600 | 7'806 | 8'600 |
| Fournitures bureau, matériels divers | 6'026 | 6'000 | 1'559 | 6'000 | 8'547 | 6'000 | 8'385 | 6'000 |
| Courriers, téléphones | 6'066 | 6'500 | 4'976 | 6'500 | 4'887 | 6'500 | 6'743 | 6'500 |
| Frais bancaires | 96 | 200 | 164 | 200 | 161 | 200 | 94 | 200 |
| Frais fiduciaire | 2'445 | 2'500 | 2'082 | 2'500 | 2'296 | 2'500 | 2'349 | 2'500 |
| Gestion de copies /Frais divers | 2'489 | 2'000 | 1'438 | 2'000 | 1'662 | 2'000 | 4'726 | 2'000 |
| COÛTS ELABORATION FESTIVAL | | | | | | | | |
| Invités | 17'934 | 20'000 | 24'904 | 20'000 | 31'668 | 20'000 | 33'178 | 20'000 |
| Accueil invités locaux | 1'250 | 1'800 | 1'500 | 2'000 | 1'800 | 2'000 | 800 | 2'000 |
| Inauguration, réceptions ambassades | 8'000 | 10'000 | 9'000 | 10'000 | 10'500 | 10'000 | 16'357 | 10'000 |
| Déplacements / Présence festivals | 13'990 | 14'000 | 15'935 | 14'000 | 23'651 | 14'000 | 32'456 | 14'000 |
| Locations films | 46'200 | 45'000 | 40'936 | 45'000 | 47'007 | 45'000 | 43'987 | 45'000 |
| Transports films | 26'884 | 25'000 | 37'233 | 25'000 | 32'650 | 25'000 | 43'054 | 25'000 |
| Location salles | 5'825 | 10'820 | 8'984 | 12'000 | 6'917 | 12'000 | 18'445 | 12'000 |
| Frais événements | 11'640 | 6'000 | 15'328 | 6'000 | 10'915 | 6'000 | 11'673 | 6'000 |
| Frais défraiements collaborateurs | | | 6'099 | | 10'351 | | 10'080 | |
| Frais organisation (exposition, conférences, programme scol.) | | | 13'300 | | 9'300 | | 8'000 | |
| PROMOTION / PUBLICITE | | | | | | | | |
| Presse /communication | 1'455 | 3'000 | 2'388 | 4'000 | 1'200 | 4'500 | 1'200 | 5'000 |
| Graphisme | 1'800 | 2'500 | 2'000 | 3'000 | 2'000 | 3'000 | 2'000 | 3'000 |
| Internet | 1'000 | 1'500 | 1'010 | 2'000 | 446 | 2'000 | 500 | 2'000 |
| Programmes impressions | 5'797 | 7'500 | 4'727 | 7'500 | 5'767 | 7'500 | 4'950 | 8'000 |
| Flyers / Affiches | 1'483 | 2'540 | 3'554 | 2'600 | 3'892 | 2'600 | 5'506 | 3'000 |
| Publicité / promotion | 18'433 | 25'000 | 27'215 | 25'000 | 46'954 | 30'000 | 67'887 | 30'000 |
| FIFOG A LAUSANNE ET AUTRES ESPACES / VILLES | | | 17'150 | | 15'350 | | 18'250 | |
| TOTAL DEPENSES | 266'665 | 330'460 | 323'826 | 333'900 | 400'167 | 339'400 | 505'701 | 340'800 |

Rapport d'évaluation de la convention de subventionnement 2011-2014 du FIFOG

| | 2010 | Prév. 2011 | comptes 2011 | Prév. 2012 | comptes 2012 | Prév. 2013 | comptes 2013 | Prév. 2014 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------------------|----------------|
| SUBVENTIONS | | | | | | | | |
| Ville de Genève / Département de la culture | 35'500 | 80'000 | 80'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 |
| Aides diverses / Ville de Genève | | 3'500 | 2'366 | 4'000 | 2'766 | 3'900 | 4'266 | 4'000 |
| Etat de Genève / Service de la Solidarité Int. | 35'000 | 50'000 | 50'000 | 50'000 | 60'000 | 50'000 | 70'000 | 50'000 |
| Services Industriels de Genève | 5'000 | | 0 | 5'000 | 0 | 0 | 0 | 5'000 |
| Loterie Romande | 10'000 | 25'000 | 0 | 25'000 | 20'000 | 25'000 | 25'000 | 25'000 |
| Commune de Meyrin | 3'000 | | 0 | | 0 | 0 | 0 | |
| Migros % culturel | 5'000 | 3'000 | 3'000 | 5'000 | 5'000 | 5'000 | 5'000 | 5'000 |
| Organisation Internationale de la Francophonie | 4'000 | 4'000 | 4'000 | 5'000 | 4'000 | 5'000 | 5'000 | 5'000 |
| Fondation Meyrinoise promotion culturelle | 6'000 | | 0 | | 0 | | 0 | |
| Département de la jeunesse / Cohésion sociale GE | | 8'600 | 5'606 | 8'600 | 7'806 | 9'000 | 7'806 | 8'600 |
| Département du développement et coopération (DDC) | | 3'000 | 3'000 | 3'000 | 3'000 | 3'000 | 7'500 | 3'000 |
| Département de l'instruction publique (DIP) | | | | | | | | |
| PRODUITS, SPONSORS & PARTENAIRES | | | | | | | | |
| Sponsors | 16'471 | 17'000 | 10'400 | 17'000 | 31'400 | 18'000 | 64'445 | 20'000 |
| Recette entrées, cotisations, intérêts bancaires | 15'004 | 15'000 | 15'304 | 15'000 | 18'189 | 17'000 | 20'865 | 18'000 |
| Apports Ambassades / Festivals / Partenaires | 94'410 | 80'000 | 104'619 | 65'000 | 98'970 | 65'000 | 99'600 | 60'000 |
| Bénévolat (Apport FIFOG) | 38'000 | 40'641 | 44'700 | 31'300 | 48'400 | 38'500 | 81'653 | 37'200 |
| Solde 2010-2014 | | 719 | 719 | | -112 | | | |
| TOTAL RECETTES | 267'384 | 330'460 | 323'714 | 333'900 | 399'419 | 339'400 | 491'135 | 340'800 |
| RESULTAT | 719 | 0 | -112 | 0 | -748 | 0 | -14'566 | 0 |
| Garantie de déficit Services industriels de Genève (SIG) | | | | | | | 7'000 | |
| | | | | | | | Déficit 2013 -7'566 | |

Annexe 2 : Tableau de bord

| | | Valeurs cibles | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|----------------|-------|-------|-------|-------|
| Personnel | | | | | | |
| Personnel administratif et technique | Nombre de personnes rémunérées par le festival | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | Equivalent en nombre de postes | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Activités | | | | | | |
| Projections et films sélectionnés | Nombre de films et courts-métrages projetés | 60 | 81 | 98 | 94 | 122 |
| | Pourcentage de films et courts-métrages du Maghreb | 35% | 34% | 41% | 29% | 29% |
| | Pourcentage de films et courts-métrages du Moyen-Orient | 35% | 34% | 38% | 45% | 47% |
| | Pourcentage de films et courts-métrages d'Extrême-Orient | 2% | 1% | 1% | 0% | 1% |
| | Pourcentage de films et courts-métrages d'Europe (en rapport avec l'Orient et la Suisse). | 24% | 23% | 18% | 24% | 22% |
| | Pourcentage de films et courts-métrages d'Amérique (en rapport avec l'Orient). | 4% | 8% | 2% | 2% | 1% |
| | Pourcentage de films n'ayant pas encore de distributeur en Suisse | 85% | 85% | 87% | 91% | 90% |
| | Nombre de sections | 10 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | Nombre de projections publiques | 50 | 67 | 138 | 95 | 116 |
| | Nombre de projections scolaires | 2 | 3 | 3 | 5 | 22 |
| | Nombre de projections pour enfants (séances publiques fi-fon-fan) | 3 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| Jeune public | Présence d'un programme spécial enfants | oui | oui | oui | oui | oui |
| | Collaborations avec les enseignants et les classes du DIP | oui | oui | oui | oui | oui |
| Prix | Nombre de prix remis | 1 | 1 | 7 | 10 | 17 |
| Autres activités | Exposition, rencontre-débat, colloque, etc. | 2 | 7 | 9 | 10 | 16 |
| Spectateurs | Nombre total de spectateurs | 3'100 | 3'310 | 3'467 | 5'054 | 7'161 |
| Réalisateurs invités et intervenants | Nombre de réalisateurs et intervenants invités dans le cadre du festival | 15 | 35 | 59 | 61 | 62 |
| Collaborations avec d'autres partenaires | Collaborations pour la programmation (liste en annexe) | 4 | 17 | 27 | 30 | 32 |
| | Lieux dans lesquels le festival est présent (liste en annexe) | 6 | 14 | 17 | 17 | 20 |
| | Festivals visités (liste en annexe) | 5 | 8 | 10 | 15 | 14 |
| Visibilité dans les médias | Nombre d'articles sur le festival | 20 | 48 | 66 | 82 | 104 |
| | Nombre d'émissions radio | 6 | 13 | 23 | 25 | 33 |
| | Nombre d'émissions TV | 4 | 11 | 12 | 34 | 32 |

Rapport d'évaluation de la convention de subventionnement 2011-2014 du FIFOG

| | | Valeurs cibles | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|--|---------------------|---------|---------|---------|-------|
| Finances | | | | | | |
| Charges de personnel | Coût du personnel | Voir plan financier | 74'338 | 113'891 | 157'276 | |
| Charges de production | Coûts élaboration du festival | | 190'370 | 200'108 | 236'280 | |
| Charges de promotion | Promotion / publicité | | 40'894 | 60'259 | 82'042 | |
| Charges de fonctionnement | Frais administratifs | | 18'224 | 25'909 | 30'103 | |
| Total des charges | | | 323'826 | 400'167 | 505'701 | |
| Subventions Ville de Genève | Subventions Ville de Genève / DCS | | 82'366 | 102'766 | 104'266 | |
| Autres subventions | Cohésion sociale (GE), OIF, Solidarité Int. (GE), Migros, Loterie Romande, Fonds Culturel Sud (DDC), SIG | | 65'606 | 99'806 | 127'306 | |
| Apports privés | Sponsors, partenaires et apports FIFOG | | 159'719 | 178'770 | 245'698 | |
| Recettes du festival | Recettes entrées, cotisations, etc. | | 16'023 | 18'077 | 20'865 | |
| Total des produits | | | 323'714 | 399'419 | 498'135 | |
| Résultat | | | -111 | -748 | -7'566 | |
| Ratios | | | | | | |
| Part des charges de personnel | Charges de personnel / total des charges | | 23% | 28% | 31% | |
| Part des charges de production | Charges de production / total des charges | | 59% | 50% | 47% | |
| Part des charges de promotion | Charges de promotion / total des charges | | 13% | 15% | 16% | |
| Part des charges de fonctionnement | Charges de fonctionnement / total des charges | | 5% | 7% | 6% | |
| Part des subventions Ville | Subventions Ville / total des produits | | 25% | 26% | 21% | |
| Part des autres subventions | Autres subventions / total des produits | | 20% | 25% | 25% | |
| Part des apports privés | Apports privés / total des produits | | 50% | 45% | 49% | |
| Part des recettes du festival | Recettes du festival / total des produits | | 5% | 4% | 5% | |
| Billetterie | | | | | | |
| Billets plein tarif | | | 773 | 747 | 1'170 | 1'443 |
| Billets tarifs réduits | Billets divers, carte 20 ans/20 francs et scolaires | | 304 | 466 | 638 | 829 |
| Entrées abonnés, accrédités et invités | Nombre d'entrées provenant d'abonnés, d'accrédités et d'invités | | 199 | 194 | 266 | 389 |
| Abonnés | Abonnés Pass FIFOG | | 5 | 10 | 7 | 11 |
| | Abonnés carte 5 entrées | | 40 | 41 | 55 | 71 |
| Entrées libres | Partenaires, staff, bénévoles (non comptabilisé) | | 90 | 140 | 220 | 275 |
| | Événements parallèles, autres lieux de projections | | 1'989 | 2'009 | 2'918 | 4'418 |
| Total | | | 3'310 | 3'467 | 5'054 | 7'161 |