



REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE

DEPARTEMENT DE  
L'INSTRUCTION PUBLIQUE



VILLE DE  
GENÈVE

DEPARTEMENT DE  
LA CULTURE

AMR

ASSOCIATION POUR  
L'ENCOURAGEMENT DE LA  
MUSIQUE IMPROVISEE

# RAPPORT D'ÉVALUATION

de la Convention de subventionnement 2006-2009

entre

**la République et canton de Genève**

*ci-après le Canton*

\*

**le Département de la culture de la  
Ville de Genève**

*ci-après la Ville*

\*

**et Association pour l'Encouragement de la  
Musique improvisée**

*ci-après l'AMR*

Mars 2008

## TABLE DES MATIERES

<b>1.</b>	<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1.</b>	<b>Contexte de l'évaluation</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.</b>	<b>Démarche</b> .....	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Evaluation</b> .....	<b>4</b>
<b>2.1.</b>	<b>Relations entre les parties signataires</b> .....	<b>4</b>
<b>2.2.</b>	<b>Respect des engagements mesurables pris par les parties</b> .....	<b>4</b>
2.2.1	Respect du plan financier .....	4
2.2.2	Réalisation des engagements des collectivités publiques .....	4
<b>2.3.</b>	<b>Réalisation des objectifs de l'AMR</b> .....	<b>4</b>
2.3.1	Encourager la pratique des musiques d'improvisation .....	4
2.3.2	Encourager la relève par la transmission d'un savoir-faire .....	7
2.3.3	Développer la structure associative de l'AMR et garantir la durabilité de son action .....	7
2.3.4	Développer les échanges avec d'autres acteurs culturels genevois, suisses et européens.....	8
2.3.5	Mettre en valeur la scène locale et régionale .....	8
2.3.6	Créer un centre de documentation.....	8
<b>3.</b>	<b>Conclusion et perspectives</b> .....	<b>10</b>
<b>4.</b>	<b>Annexes</b> .....	<b>11</b>
	<b>Annexe 1 : Tableau de bord 2005-2007</b> .....	<b>11</b>
	<b>Annexe 2 : Tableau comparant le plan financier, les budgets et les comptes</b> .....	<b>14</b>
	<b>Annexe 3 : Les outils de diffusion</b> .....	<b>16</b>
	<b>Annexe 4 : Le travail en réseau</b> .....	<b>18</b>
	<b>Annexe 5 : Le travail de promotion</b> .....	<b>19</b>
	<b>Annexe 6 : Provenance des groupes et des auditeurs</b> .....	<b>22</b>
	<b>Annexe 7 : Conclusions du sondage sur la provenance et la structure des auditeurs des concerts organisés par l'AMR</b> .....	<b>24</b>

# **1. Introduction**

## **1.1. Contexte de l'évaluation**

Le 22 décembre 2005, le Canton, la Ville de Genève et l'AMR ont signé une convention de subventionnement pour la période 2006-2009.

En raison de l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur les indemnités et les aides financières de l'Etat (LIAF), toutes les subventions cantonales supérieures à 200'000 francs doivent désormais être approuvées par le Grand Conseil par le biais d'un projet de loi et d'un contrat de prestations. Afin de rationaliser ce processus, il a été décidé de ne rédiger qu'un projet de loi par domaine artistique, ce qui signifie que toutes les subventions concernant la musique seront regroupées dans un seul projet de loi.

Ce « projet de loi musique » concernera les années 2009 à 2012. Pour l'AMR, cela implique une évaluation et un renouvellement de la convention de subventionnement une année plus tôt que prévu. La présente évaluation porte donc sur les activités et les résultats de 2006 et 2007 ainsi que sur les éléments déjà connus de 2008.

## **1.2. Démarche**

Ce rapport a été rédigé en partenariat par les représentants des signataires de la convention, qui n'ont pas fait appel à une instance d'évaluation externe.

En raison du nombre d'années limité évalué dans ce rapport, le canevas habituellement utilisé pour les évaluations des conventions de subventionnement a été simplifié.

Les représentants du Canton, de la Ville et de l'AMR se sont réunis le 14 mars 2008 pour faire un bilan de la convention. Le présent rapport a ensuite été rédigé sur la base du procès-verbal de cette réunion ainsi que des documents remis par l'AMR. Des réunions internes aux partenaires et des échanges de courriels ont permis de finaliser le document.

## 2. Evaluation

### 2.1. Relations entre les parties signataires

Les parties ont échangé régulièrement des informations à la satisfaction de tous. Les collectivités publiques remarquent la très bonne qualité des documents présentés et la régularité de leur remise, conformément à l'article 17 de la convention.

### 2.2. Respect des engagements mesurables pris par les parties

#### 2.2.1 Respect du plan financier

Si l'AMR respecte le plan financier quadriennal actualisé (cf. annexe 2), la fin de la période quadriennale devrait se solder par un bénéfice cumulé de 1'394 francs. Toutefois, avec des résultats 2005, 2006 et 2007 inférieurs aux prévisions, la situation de l'AMR est délicate. Au 31.12.2007, son découvert est de 48'924 F.

Pour rééquilibrer son bilan, l'AMR a pris pour 2008 et 2009 les mesures suivantes :

- augmentation des écolages en 2008 ;
- réajustement à la hausse des prix du bar de la salle de concert ;
- augmentation du nombre de membres et de membres utilisateurs ;
- réalisation de l'AMR JAZZ Festival 2009 en club (Sud des Alpes) avec un budget restreint.

#### 2.2.2 Réalisation des engagements des collectivités publiques

Les collectivités publiques ont procédé au versement des subventions mentionnées à l'article 6, selon le rythme de versement mentionné à l'article 8.

La Ville de Genève a mis gracieusement à disposition de l'AMR le bâtiment *Sud des Alpes*, sis 10, rue des Alpes, conformément à l'article 7. Elle a également octroyé gratuitement à l'AMR des emplacements d'affichage sur les colonnes Morris.

### 2.3. Réalisation des objectifs de l'AMR

#### 2.3.1 Encourager la pratique des musiques d'improvisation

##### Centre musical

Agrandissement et rénovation (avril 2004 – octobre 2005) :

A cause d'un retard des travaux non imputable à l'AMR, le projet de nouveau centre musical n'a abouti qu'en septembre 2007. Lors de l'inauguration en novembre 2005, toutes les salles de répétition prévues n'étaient pas encore disponibles. En revanche, la nouvelle administration et l'accueil (rez-de-chaussée) étaient prêts, ainsi que la salle de concert.

Depuis 2006, le nouveau centre musical est très apprécié des membres de l'AMR et de la collectivité, comme le montre le dossier de presse. Les membres utilisateurs sont en augmentation, l'espace accueil est devenu indispensable et l'association a gagné en visibilité. La fréquentation des activités publiques (concerts et jam sessions) a nettement augmenté en 2006 et s'est stabilisée en 2007.

Dans la foulée du projet de rénovation et d'agrandissement, l'association prépare un centre de documentation qui mettra à disposition de ses membres la mémoire musicale de l'AMR, ainsi que toutes ses collections d'archive. L'inauguration est prévue au printemps 2009.

L'AMR et son centre musical ont donc franchi un seuil important dans leur développement.

### Activités pédagogiques

Les ateliers de l'AMR 2006-2007 :

L'AMR a mis en place des tests d'entrée et de fin d'année qui fonctionnent bien et qui permettent un bon suivi des élèves. Le processus de nomination des professeurs invités a été modifié et les divers documents relatifs aux ateliers de l'AMR ont été affinés.

Pour l'année 2006-2007, l'AMR a retenu 255 élèves dont 110 nouveaux, qui ont été distribués dans 48 ateliers qui se répartissent de la manière suivante :

- 6 ateliers binaires normaux (2 h)
- 17 ateliers de jazz moderne normaux (2 h)
- Le tango en atelier instrumental et vocal - atelier à thème (2 h)
- La musique de Thelonious Monk - atelier à thème (2 h)
- Le jazz modal - atelier à thème (2 h)
- Un big band ouvert et à la carte où l'écriture est pensée pour les participants (O.Magnenat) - atelier à thème (2 h)
- La musique du Modern Jazz Quartet - atelier à thème (2 h)
- Downtown New-York City, ou la nouvelle vague du jazz (N. Masson) - atelier à thème (2 h)
- 1 atelier de composition spontanée (2 h)
- 1 atelier « BigBand » (2 h)
- 2 ateliers « Latin Jazz » (2 h)
- 3 ateliers « spécial piano » (2 h)
- 1 ateliers « spécial guitare » (2 h)
- 2 ateliers de chant (2 h)
- 2 ateliers d'harmonie (2 h)
- 1/2 atelier de formation de l'oreille (1 h)
- 1 cours de formation de l'oreille (2 h classe pro)
- 1/2 atelier de pratique rythmique (1 h)
- 4 ateliers Junior (2 h)
- 1 coordination

soit un total de 96 heures d'enseignement en atelier par semaine.

Les ateliers de l'AMR 2007-2008 :

L'AMR a terminé de recueillir et d'élaborer une sorte de livre des «us et coutumes» des ateliers, qui fera office de règlement d'application, à défaut de loi. Par ailleurs, l'AMR a mis en place un processus de formation continue spécifique et adapté aux besoins des professeurs de l'AMR par des stages organisés par l'association. Reste maintenant à définir précisément les rôles des différents postes qui font l'organisation des ateliers en général.

L'AMR travaille également sur le plan pédagogique en repensant précisément le niveau de base, grâce à de nombreuses discussions au sein du collège des professeurs et au travail d'un groupe spécialement dédié à ce sujet. Les résultats de ce travail n'aboutiront pas avant la fin de cette année scolaire et ne pourront donc pas être rendus entièrement opératoires avant la rentrée 2010.

Enfin, et malgré la compression réalisée entre la saison dernière et celle-ci où l'AMR a sensiblement augmenté le nombre des élèves pour certains ateliers, ce qui n'est d'une part pas toujours souhaitable et d'autre part pas toujours possible, l'AMR sera certainement amenée à revoir le statut des écolages d'ici cette même rentrée 2010, puisque c'est la date officielle de la mise en application de la réforme de l'enseignement musical de base. L'AMR

espère que cela ne se fera pas trop aux dépens des élèves dont le nombre ne cesse de croître et qui se renouvellent depuis de nombreuses années.

Pour l'année 2007-2008, l'AMR a retenu 263 élèves dont 147 nouveaux, qui ont été distribués dans 43 ateliers qui se répartissent de la manière suivante :

- 5 ateliers binaires normaux (2 h)
- 16 ateliers de jazz moderne normaux (2 h)
- 6 ateliers à thèmes (2 h)
- James Brown (binaire) (JF Mathieu)
- La musique de Thelonious Monk (M. Rossignelly)
- Musique et images (J. Siron)
- La musique du Modern Jazz Quartet (P. Cornaz)
- Slam-Scat (F. Folmer)
- De Bill Evans à Clare Fischer (M. Bastet)
- 1 atelier de composition spontanée (2 h)
- 1 atelier « Big Band » (3 h)
- 2 ateliers « Latin Jazz » (2 h)
- 3 ateliers « Spécial piano » (2 h)
- 1 atelier « Spécial guitare » (2 h)
- 2 ateliers de chant (2 h)
- 1 atelier d'harmonie (2 h)
- 1/2 atelier de formation de l'oreille (1 h)
- 1 cours de formation de l'oreille (2 h classe pro)
- 1/2 atelier de pratique rythmique (1 h)
- 3 ateliers Junior (2 h)
- 1 coordination

soit un total de 87 heures d'enseignement en atelier par semaine.

#### Travail de diffusion (concerts)

Dans ce domaine, l'AMR a augmenté la fréquence de ses soirées musicales publiques, toutes manifestations confondues. Compte tenu des ressources à disposition, le bilan est très positif. Le rapport annuel 2006 de la programmation donne des informations détaillées à ce sujet.

#### Festivals

Durant la période sous revue, l'AMR a organisé deux festivals annuels : l'AMR Jazz Festival au printemps dans la salle de l'Alhambra, et l'AMR aux Croupettes à la fin juin, en plein air dans le parc des Croupettes. La première manifestation associe des groupes locaux et internationaux ; elle est payante. La seconde manifestation est conçue comme la fête annuelle de l'association, qui présente des groupes locaux et régionaux ; elle est offerte à la collectivité.

Au plan artistique, ces deux événements sont une vitrine de la création musicale genevoise, qui permet de présenter à un public élargi les musiques défendues et illustrées par l'AMR. Au plan social, la « fête des Croupettes » est une des manifestations estivales très appréciées des Genevois.

Au plan financier, force est de constater que l'organisation de deux festivals annuels présente un risque accru pour l'association, ceci pour plusieurs raisons :

- les coûts de l'organisation de l'AMR aux Croupettes ont pris l'ascenseur pour des raisons indépendantes de la volonté de l'association ;
- la météo représente un facteur à risque pour toute manifestation en plein air ; ainsi, une journée pluvieuse dans le parc des Croupettes représente un manque à gagner de 10'000 francs environ ;
- avec la multiplication des événements de type festival dans le paysage culturel genevois – souvent mis au point par des organisations qui ne sont pas actives le reste de l'année – les prétentions de cachet des artistes de notoriété internationale ont nettement augmenté ; cela

rend ardue, pour l'AMR, l'organisation d'un festival annuel et international qui a pour objectif d'atteindre un public élargi. Se pose ici la question de la compatibilité entre le travail culturel au quotidien et la « culture événementielle ».

C'est pourquoi l'AMR a engagé une réflexion sur le type de festival international de jazz à présenter au printemps. En 2009, elle l'organisera dans son centre musical, avec un budget réduit.

### 2.3.2 Encourager la relève par la transmission d'un savoir-faire

Depuis 2005, l'association travaille à la documentation de ses activités, de ses cahiers des charges et de son savoir-faire. Le travail de programmation musicale, notamment, est entièrement documenté. Cela viendra compléter le centre de documentation.

Au niveau des groupes de travail permanents (commission de programmation, commission de coproduction des ateliers, groupes sonorisation, groupe bar et entrée), l'association intègre régulièrement de nouvelles personnes. Il en va de même avec la revue mensuelle de l'association – VIVA LA MUSICA – qui engage régulièrement de nouvelles « plumes » pour étoffer son contenu.

En 2006 et 2007, l'AMR a engagé deux jeunes musiciens pour s'occuper du nouvel espace d'accueil au rez-de-chaussée.

Sur le plan de la programmation, les concerts et autres activités publiques réunissent trois générations d'auditeurs. Les élèves d'atelier et d'autres institutions genevoises sont plus nombreux. De manière générale, l'AMR a étendu son rayon d'action à la Suisse romande et à la France voisine. Les stages, notamment, sont particulièrement appréciés. La commission compétente a fait le choix du « lien dans la diversité », avec une programmation consacrée pour l'essentiel à la découverte de nouveaux groupes de musique. Les auditrices et les auditeurs répondent présent en acceptant de payer pour écouter en concert les musiques d'improvisation.

Au printemps 2007, une stagiaire a effectué un sondage sur la provenance et la structure des auditeurs des concerts organisés par l'AMR. Il s'agit d'un sondage très fouillé, dont les résultats détaillés sont à disposition sur demande auprès de l'AMR. Un résumé de cette étude figure à l'annexe 7.

### 2.3.3 Développer la structure associative de l'AMR et garantir la durabilité de son action

La rénovation et l'agrandissement du centre musical de l'AMR ont prouvé leur importance, et contribué à mieux ancrer l'AMR dans la cité. Une certaine image de l'AMR en tant que « chapelle » réservée aux initiés n'a plus cours. L'ensemble des activités de l'association suscite un intérêt croissant, du fait de la meilleure lisibilité de l'AMR et des nouvelles interfaces mises au point (accueil au rez-de-chaussée, supports de promotion, développement du site Internet et de la revue VIVA LA MUSICA, projet de centre de documentation).

Pour continuer sur cette voie du développement, les questions relatives à la relève et aux ressources à disposition seront déterminantes. Il sera nécessaire d'investir encore du temps et du travail en termes de documentation, de transmission et d'intégration.

#### 2.3.4 Développer les échanges avec d'autres acteurs culturels genevois, suisses et européens

Depuis 1998, l'AMR est partie prenante du festival transfrontalier JazzContreBand qui a lieu chaque année en octobre. Elle est membre fondatrice de l'association JazzContreBand créée en 2002.

Depuis 2002, l'AMR est membre fondateur de l'association « Suisse Diagonales Jazz » qui réunit une vingtaine de lieux de jazz en Suisse et organise tous les deux ans un festival de la relève du jazz en Suisse.

Durant la période sous revue, l'AMR est devenue membre associé de la Fédération des Scènes de Jazz et de Musique Improvisée qui réunit une quarantaine de lieux de concert en France.

En outre, l'AMR est active dans un réseau local de coproduction de concerts avec Post Tenebras Rock, le KAB de l'Usine et la Cave12. Ce réseau prévoit de se constituer en association au printemps 2008. Pour leur part, les coproductions avec les Ateliers d'ethnomusicologie (« vendredis de l'ethno ») continuent au rythme de 8 soirées de concert par an.

Depuis 2001, l'AMR travaille en réseau avec ses partenaires pédagogiques genevois. La collaboration avec le Conservatoire Populaire de Musique, notamment, s'est nettement renforcée.

L'AMR est également membre du Rassemblement des artistes et acteurs culturels (RAAC), qui a organisé le forum « art, culture et création » en 2008.

#### 2.3.5 Mettre en valeur la scène locale et régionale

Comme le montre la documentation annexée, l'AMR a renforcé son soutien à la scène locale et régionale durant la période.

#### 2.3.6 Créer un centre de documentation

La création d'un centre de documentation est un nouvel objectif apparu durant la période de validité de la convention.

Ayant reconnu qu'elle n'avait pas suffisamment de ressources propres pour traiter et mettre en valeur sa documentation et ses archives, l'AMR a sollicité en 2006 un partenariat avec l'association MEMORIAV pour la sauvegarde de la mémoire audiovisuelle suisse. Cette association met en réseau les principales institutions publiques et privées actives dans le domaine. En automne 2006, l'AMR a ainsi conclu un partenariat avec MEMORIAV et la Phonothèque nationale suisse pour la sauvegarde, la valorisation et la consultation en ligne de ses archives sonores. Durant la même période, elle a légué ses archives à deux institutions publiques qui en garantissent le traitement et la consultation :

- les archives administratives de l'AMR aux Archives de la Ville de Genève ;
- les collections d'affiches de l'AMR à la Bibliothèque de Genève.

Les collections « vidéo », « photo » et « revues musicales » sont traitées et mises en valeur par un groupe de travail ad hoc. L'AMR a aussi conclu un partenariat avec les archives de la Radio Suisse Romande, que les membres pourront consulter via le centre de documentation de l'association (nombreux concerts enregistrés par la radio à l'AMR).

L'ensemble de ces archives sera mis à la disposition des membres de l'association sous forme de centre de documentation installé à l'accueil du « Sud des Alpes », grâce à un soutien financier de la Loterie Romande portant sur l'infrastructure de consultation et le travail de traitement des collections. L'inauguration du centre de documentation de l'AMR est agendée à avril 2009. D'ici là, l'association prépare un site Internet documentaire pour orienter les utilisateurs potentiels.

### 3. Conclusion et perspectives

Les objectifs du projet culturel et artistique sont tous largement atteints par l'AMR. Tant sur le plan artistique qu'administratif, la qualité du travail et la richesse de ses activités sont reconnues et répondent pleinement aux attentes des collectivités publiques, conformément à la convention.

Durant la période considérée, l'AMR a démontré sa capacité à conduire avec succès non seulement les trois volets de son activité, mais également de nouveaux projets. Parallèlement à la gestion du centre musical, à l'organisation annuelle d'une moyenne de 45 ateliers ainsi qu'à l'organisation d'une saison de concerts et de deux festivals annuels, l'association a profité de la rénovation et de l'agrandissement de ses locaux pour mieux ancrer l'AMR dans la cité. Elle a notamment engagé deux jeunes musiciens pour s'occuper du nouvel espace d'accueil et a créé un centre de documentation. Pour mener à bien ce projet, l'association a développé de nouveaux partenariats et a trouvé des soutiens financiers complémentaires.

Les collectivités publiques souhaitent toutefois rendre attentive l'AMR sur la situation financière délicate et sur l'importance de respecter le plan financier dans sa version actualisée.

Pour les années 2009 à 2012, les collectivités publiques et l'AMR souhaitent poursuivre leur partenariat en signant une nouvelle convention de subventionnement. Cette convention fera partie d'un projet de loi regroupant l'ensemble des conventions de subventionnement signées avec des institutions des domaines de la musique.

L'AMR, en tant que formateur dans le domaine de l'enseignement musical de base, est également concernée par la réforme en cours. Ainsi, l'Etat recommande à l'AMR de suivre la procédure de certification et de se tenir au courant des travaux menés en vue des futures accréditations.

Enfin, voici quelques questions ouvertes relatives à la prochaine période :

Les ressources en personnel et temps de travail semblent apparemment insuffisantes pour que l'AMR réussisse à remplir toutes les exigences posées par une éventuelle procédure de certification. La Ville et l'Etat encouragent néanmoins l'AMR à rechercher des solutions afin de pouvoir prendre part au futur réseau des écoles de musique et de pouvoir y apporter son expérience.

Le succès de ses activités et la forte demande en lieux de répétition et de concert place l'AMR devant un choix épineux : faut-il faire plus, ou faut-il faire moins et mieux ? Dans l'état actuel de ses ressources, il est clair que l'association ne peut pas faire plus au risque de bâcler son travail de promotion et de ne pas consacrer assez de temps à la promotion de la relève, à la transmission des savoir-faire et à la documentation de ses activités.

L'AMR est-elle une association ou une institution de la vie culturelle genevoise ? La réponse est simple : l'AMR est une association de musiciens qui est de plus en plus perçue – à l'intérieur et à l'extérieur – comme une institution. Le développement de ses activités nécessiterait des ressources supplémentaires. Mais, pour l'heure, la situation est délicate et l'association doit gérer avec prudence son nouvel essor.

## 4. Annexes

### Annexe 1 : Tableau de bord 2005-2007

2005	2006	2007
Année scolaire 2005-2006	Année scolaire 2006-2007	Année scolaire 2007-2008

#### Indicateurs généraux

<b>Nombre de membres AMR</b>	Nombre de membres au 31 décembre	947	798	951
<b>Personnel enseignant (PE)</b>	Nb de postes PE en équivalent plein temps (24h/semaine)	4.03	3.90	3.94
	Nombre de personnes	20	21	23
<b>Personnel administratif et technique (PAT)</b>	Nb de postes PAT en équivalent plein temps (40h/semaine)	3.94	4.60	4.95
	Nombre de personnes	22	33	28
<b>Emplois temporaires</b>	Nombre de postes	1.80	1.80	0.80
	Nombre de stagiaires + nombre d'emplois temporaires durant l'année	2	2	1

#### Indicateurs financiers

<b>Salaires PE</b>	Salaires PE + charges sociales	296'897	307'754	309'131
<b>Salaires PAT</b>	Salaires PAT + charges sociales	367'443	388'947	451'654
<b>Charges de production et diffusion artistique (hors salaires)</b>	Cachets+Trsp+Logem+repas+catering+Suisa+I.S.	321'480	339'431	368'219
<b>Charges du Sud des Alpes (hors salaires)</b>	Charges fixes+Batiment+Materiels	584'672	634'851	687'366
<b>Charges de promotion (hors salaires)</b>	Publicité/Affiches+Frais Viva	120'066	121'396	115'503
<b>Total des charges</b>	Total des charges y.c. prestations en nature + amortissements	1'690'558	1'792'379	1'931'873
	Total charges hors prestations en nature +amortissements	1'472'781	1'576'469	1'713'923
<b>Ecolages et autres recettes liées aux ateliers</b>	Ecolages+autres recettes liées au volet pédagogique	174'200	176'003	175'359
<b>Recettes de billetterie et autres recettes de l'association</b>	Billetterie + recettes bar + pub viva + cotisations + recettes divers	348'443	405'903	420'485
<b>Subventions des collectivités publiques</b>	Subvention DIP+subvention Ville y.c. subvention en nature	1'126'577	1'124'710	1'246'750
	Subvention DIP+subvention Ville hors subvention en nature	908'800	908'800	1'028'800
<b>Dons et autres sources de financement</b>	Dons + autres subventions publiques et privées	16'666	49'016	53'430
<b>Total des produits</b>	Total des produits y.c. prestations en nature	1'665'886	1'755'632	1'920'727
	Total des produits hors prestations en nature	1'448'109	1'539'722	1'702'777
<b>Résultat d'exploitation</b>	Résultat net	-24'672	-36'747	-11'146

2005	2006	2007
Année scolaire 2005-2006	Année scolaire 2006-2007	Année scolaire 2007-2008

**Indicateurs d'activité "Ateliers"**

<b>Nombre d'élèves</b>	Nombre d'élèves au 31 décembre	293	255	259
	Nombre de réinscriptions (élèves ayant déjà participé à un atelier l'année précédente)	173	145	116
	Nombre de nouveaux élèves (élèves n'ayant pas participé à un atelier précédemment)	120	110	143
<b>Nombre d'ateliers</b>	Nombre d'atelier programmés pour l'année scolaire	47	47	47.5
<b>Nombre de certificats délivrés</b>	Nombre de certificats durant l'année	0	0	0
<b>Cours collectif type : écolage-s annuel-s</b>	Prix annuel pour un cours collectif standard	650	700	700
<b>Durée-s d'un atelier standard</b>	Durée hebdomadaire en minutes	120	120	120
<b>Nombre moyen de participants par stage</b>	Moyenne des participants par stage	20	20	20

**Indicateurs d'activité "Diffusion"**

<b>Nombre de concerts</b>	Nombre de concerts durant l'année toutes manifestations confondues	159	182	205
<b>Nombre de spectateurs SdA</b>	Nombre de spectateurs pour l'ensemble des concerts hors festival	13'131	19'579	18'342
<b>Nombre de spectateurs Jazz Festival</b>	Nombre de spectateurs pour l'ensemble des concerts	1'560	1'220	1'030
<b>Nombre de spectateurs Croupettes</b>	Nombre de spectateurs pour l'ensemble des concerts	15'000	13'000	12'000
<b>Nombre de mandats de composition</b>	Nombre de mandats octroyés durant l'année à des compositeurs	1	2	3
<b>Nombre de Viva la Musica</b>	Nombre de numéros publiés durant l'année (cible : 9)	9	9	9

**Ratios**

<b>Part d'autofinancement</b>	Recettes propres/ total des produits	31%	32%	31%
<b>Part de financement public</b>	(subventions Ville+Etat y.c. subv en nature)/total des produits y.c. subventions en nature	67%	63%	65%
	(subventions Ville+Etat)/total des produits hors subventions en nature	62%	58%	60%
<b>Part de financement autre</b>	(Dons + autres subventions publiques et privées)/total des produits	1%	3%	3%
<b>Part charges de production et diffusion</b>	charges de production et diffusion/total des charges	19.02%	18.94%	19%
<b>Part des charges d'enseignement</b>	Salaires PE/charges totales	0.18	0.17	0.16
<b>Part charges générales de fonctionnement</b>	(Salaires PAT+Charges Sud des Alpes+charges promotion+ amortissements)/total des charges	0.63	0.64	0.65

2005	2006	2007
Année scolaire 2005-2006	Année scolaire 2006-2007	Année scolaire 2007-2008

**Billetterie**

<b>Billets tarif normal</b>		2'931	3'433	3'044
<b>Billets tarif réduit</b>	Membres, étudiants, AVS, chômeurs, tarif jeunes	1'529	1'875	1'668
<b>Billets de faveurs</b>	Invités, musiciens, comité, élèves ateliers	1'311	1'623	1'691
<b>Billets tarif 20 ans/20 francs</b>		63	75	108
<b>Total</b>		5'834	7'006	6'511

**Indicateurs dans le cadre du développement durable :**

L'AMR organise la récupération du verre, du PET et du papier.

## **Annexe 2 : Tableau comparant le plan financier, les budgets et les comptes**

CHARGES	2005	2006	2007	2007	2008	2009
	Comptes	Comptes	Budget	Comptes	Budget	Budget
<b>Charges de personnel</b>						
SALAIRES ADMINISTRATION	201'835	197'696	268'340	262'525	260'000	260'000
SALAIRES PERSONNEL TECHNIQUE	48'725	63'030	64'291	67'636	59'000	59'000
SALAIRES ENSEIGNANTS	259'877	265'629	273'645	271'168	270'000	270'000
SALAIRES DIVERS MANIFESTATIONS	23'453	16'362	16'689	22'184	20'000	20'000
SALAIRES BUVETTES	32'629	48'830	58'584	51'775	52'000	52'000
SALAIRES PERSONNEL AUXILLIAIRE	14'984	15'810	13'199	14'252	13'200	13'200
AVS / LPP / ASSURANCES	83'128	89'344	94'952	95'123	95'000	95'000
<b>Charges d'exploitation</b>						
CACHETS	234'723	239'610	248'000	255'732	248'000	234'000
TRANSPORT MUSICIENS	16'407	25'300	26'000	21'400	22'000	20'000
LOGEMENTS & REPAS MUSICIENS	41'772	51'942	53'300	56'291	55'000	53'000
SUISA	20'210	19'752	24'000	25'637	24'000	22'300
CATERING JF	2'484	2'827	2'900	4'384	3'800	3'000
PUBLICITE/PRESSE/AFFICHES	43'888	44'496	45'260	38'270	40'000	40'000
ASSURANCES RC/AUTORISATIONS	1'417	1'783	1'140	883	1'000	1'000
BAR SUD DES ALPES (FG/ACHATS)	70'326	94'540	98'740	96'431	96'000	96'000
JOURNAL VIVA LA MUSICA	76'178	76'900	76'000	77'233	76'000	76'000
<b>Frais généraux</b>						
BATIMENT SdA (mise à disposition)	214'650	214'650	214'650	217'350	218'714	218'714
ENTRETIEN LOCAUX	41'332	68'225	68'530	73'310	73'500	73'500
LOC.ENTRETIEN MAT.MUS/INFRAST.	149'952	134'636	138'000	137'790	136'000	136'000
XEROX PHOTOCOPIE/LEASING	9'737	8'585	9'000	8'743	9'000	9'000
COURRIER/TIMBRES	8'681	9'031	9'000	10'629	10'000	10'000
INT.& FRAIS BANQUE/POSTFINANCE	1'321	794	820	738	800	800
FG BUREAU	8'279	6'111	6'000	8'129	8'000	8'000
HONORAIRES	2'800	2'900	3'000	3'200	3'200	3'200
PARC INFORMATIQUE	573	282	3'333	673	1'200	500
FRAIS DE REUNIONS	1'431	1'370	1'300	919	1'000	1'000
ACHAT/MEDIATEQUE/ARCHIVE	1'577	3'702	10'000	1'954	10'000	2'000
MATERIEL DE MUSIQUE ACHAT	7'024	1'027	1'500	3'279	1'500	1'500
ACCEUIL/REPRESENTATION	1'423	12	1'000	433	600	600
FRAIS STAGES	120		200	1'000	1'000	1'000
ELECTRICITE/TELEPHONE	21'659	25'193	25'000	22'392	25'000	25'000
COPRODUCTION/PART.AMR	2'308	-300	1'000	17'993	15'000	15'000
TVA	5'326	8'480	9'000	8'555	8'500	8'500
IS Artiste	5'883	5'851	6'000	4'775	6'000	6'000
Frais AMR-CPM	2'630	7'125	5'000	4'310	4'500	4'500
AMORTISSEMENTS	28'679	32'948	34'612	33'307	35'106	31'526
Charges extraordinaires		780		2'828		
Charges exercice précédent	1'881	7'594		7'713		
<b>Total Charges</b>	<b>1'689'302</b>	<b>1'792'848</b>	<b>1'911'985</b>	<b>1'930'944</b>	<b>1'903'620</b>	<b>1'870'840</b>

	2005	2006	2007	2007	2008	2009
<b>PRODUITS</b>	<b>Comptes</b>	<b>Comptes</b>	<b>Budget</b>	<b>Comptes</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>
ENTREES CONCERTS	87'748	109'042	111'000	111'843	112'000	112'000
PRODUITS DIVERS MANIFEST.	196'292	230'229	270'000	233'113	240'000	240'000
PUB. VIVA LA MUSICA	9'681	7'292	8'000	6'225	7'000	7'000
ECOLAGES ATELIERS	174'200	176'003	176'003	169'411	184'000	184'000
COTISATIONS	49'272	48'672	54'200	63'144	64'000	64'000
RECETTES DIVERS	5'444	10'788	5'000	6'160	5'000	5'000
COPRO. Part ext.				24'703	15'000	15'000
BATIMENT SdA (mise à disposition)	214'650	214'650	214'650	217'350	218'714	218'714
SUBV. VILLE DE GENEVE	670'000	670'000	790'000	790'000	790'000	790'000
SUBV. VILLE DE GE DIVERS MANIFS+AFFICH.	3'127	1'260	1'260	600	1'260	1'260
SUBV. ETAT DE GENEVE DIP	238'800	238'800	238'800	238'800	238'800	238'800
AUTRES			10'000	5'542	10'000	5'000
DONS PRIVES		32'350	31'222	31'222	24'900	
DISSOLUTION FONDS D'INVEST	16'666	16'666	16'666	16'666	16'666	16'666
<b>TOTAL PRODUITS</b>	<b>1'665'880</b>	<b>1'755'752</b>	<b>1'926'801</b>	<b>1'914'779</b>	<b>1'927'340</b>	<b>1'897'440</b>
<b>TOTAL CHARGES</b>	<b>1'689'302</b>	<b>1'792'848</b>	<b>1'911'985</b>	<b>1'930'944</b>	<b>1'903'620</b>	<b>1'870'840</b>
<b>Resultat annuel</b>	<b>-23'422</b>	<b>-37'096</b>	<b>14'816</b>	<b>-16'165</b>	<b>23'720</b>	<b>26'600</b>
Résultats cumulés	<b>4'335</b>	<b>-32'761</b>	<b>-17'945</b>	<b>-48'926</b>	<b>-25'206</b>	<b>1'394</b>

Résumé du plan financier

	2005	2006	2007	2007	2008	2009
	<b>Comptes</b>	<b>Comptes</b>	<b>Budget</b>	<b>Comptes</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>
<b><u>CHARGES</u></b>						
Salaires	664'631	696'701	789'700	784'663	769'200	769'200
Coûts d'exploitation	507'405	557'150	575'340	576'261	565'800	545'300
Frais généraux	488'587	497'675	512'333	526'172	533'514	524'814
Amortissements	28'679	32'948	34'612	33'307	35'106	31'526
Charges extraordinaires		8'374	0	10'541	0	0
<b>Total des charges</b>	<b>1'689'302</b>	<b>1'792'848</b>	<b>1'911'985</b>	<b>1'930'944</b>	<b>1'903'620</b>	<b>1'870'840</b>
<b><u>PRODUITS</u></b>						
Recettes propres	522'637	582'026	624'203	614'599	627'000	627'000
Subventions Etat/Ville	1'126'577	1'124'710	1'244'710	1'246'750	1'248'774	1'248'774
Autres dons	0	32'350	41'222	36'764	34'900	5'000
Dissolution fonds d'invest.Lot. Ro.	16'666	16'666	16'666	16'666	16'666	16'666
<b>Total Produits</b>	<b>1'665'880</b>	<b>1'755'752</b>	<b>1'926'801</b>	<b>1'914'779</b>	<b>1'927'340</b>	<b>1'897'440</b>
<b>Résultat</b>	<b>-23'422</b>	<b>-37'096</b>	<b>14'816</b>	<b>-16'165</b>	<b>23'720</b>	<b>26'600</b>

### **Annexe 3 : Les outils de diffusion**

#### **La salle de concert de l'AMR**

La salle de concert du Sud des Alpes est le principal outil de diffusion. C'est là que se déroulent la majorité des soirées publiques, soit quatre par semaine en moyenne. Sa taille moyenne et son caractère hybride (salle de concert ou « club » selon le type de soirée) permettent de moduler son utilisation en fonction des besoins. Depuis sa rénovation et son agrandissement en 2005, elle a gagné en acoustique et en confort. La capacité officielle est de 130 places assises et 40 places debout.

Le programme de la salle de concert doit refléter la diversité des pratiques musicales dans le domaine du jazz et des musiques d'improvisation. Hormis cette règle, il n'y a pas de critère restrictif pour la programmation. Elle représente l'élément clé de la promotion du jazz et des musiques d'improvisation comme arts de la scène: l'AMR y présente aussi bien un atelier débutant qu'un orchestre international réputé, sans oublier les jam sessions, les stages, les auditions et les examens publics.

La salle de concert peut aussi être utilisée pour des répétitions ou des enregistrements. Les répétitions sont réservées aux groupes qui sont engagés en concert par l'AMR, et les projets d'enregistrement doivent être soumis au comité. Il existe une dérogation pour les pianistes et les utilisateurs de l'orgue hammond.

#### **La cave de l'AMR**

La cave est un espace utilisé aussi bien pour les répétitions de groupe, les jam des ateliers ou les concerts. L'AMR y programme douze séries de quatre soirées de concert par an (entrée libre, majoration de un franc sur les boissons). L'ambiance intimiste, qui renoue avec la tradition des caves à jazz, en fait un endroit apprécié, quoique limité dans l'accueil des orchestres et des auditeurs.

L'objectif de la cave est la promotion de la création locale et régionale : la commission sélectionne en priorité de nouveaux groupes qui ont la possibilité de rôder leur répertoire. Si le nombre de nouveaux groupes n'est pas suffisant, la commission peut y engager des groupes qui ont inscrit leur travail dans la durée et présentent un nouveau répertoire.

#### **L'AMR Jazz Festival**

Le festival est constitué de quatre à cinq blocs de concerts, avec en ouverture un ou deux orchestres locaux ou régionaux. Il est organisé à l'Alhambra de Genève, avec parfois une soirée d'ouverture à l'AMR. Le festival doit être une vitrine dans laquelle l'AMR met en valeur des orchestres réputés sur le plan international, présente les projets confirmés de la scène locale, et réussit à intéresser un auditoire plus vaste que celui du Sud des Alpes.

#### **L'AMR aux Croupettes**

L'AMR aux Croupettes est la fête annuelle de l'association, avec une programmation réservée aux orchestres locaux et régionaux. Le festival est constitué de cinq soirées de jazz et de musiques d'improvisation, avec une soirée plus dansante et festive en ouverture (total: 20 à 25 concerts). Il est offert à la collectivité par l'association. Le but du festival est de faire la fête en présentant les musiques défendues par l'AMR à un large public (si le temps le veut bien!). Il est pour l'AMR l'occasion de présenter sur scène de nouveaux projets genevois, d'informer sur les activités de l'association et de réunir ses membres.

#### **La carte blanche**

Une carte blanche est un mandat de composition qui ne peut être attribuée que sur l'initiative de la commission de programmation de l'AMR. Elle est réservée à des musiciens locaux et

régionaux. Une carte blanche doit avoir un caractère événementiel; son budget relativement élevé doit servir à des invitations trop coûteuses dans le simple cadre de la programmation régulière, ou à des projets en moyenne ou grande formation qui nécessitent un important travail d'écriture, de répétition, etc. Le titulaire doit défendre son projet devant la commission. Le budget est limité à CHF 6'000.-, mais peut être plus modeste selon le nombre de musiciens concernés. Si la carte blanche donne lieu à une production discographique, la mention «avec le soutien de l'AMR» doit figurer sur la pochette. Les objectifs de la carte blanche sont la stimulation de la création locale par la constitution de nouveaux orchestres, ainsi que la promotion de la relève associative.

### **Les coproductions et les échanges**

Ces projets ponctuels ou événementiels sont menés avec des associations locales, régionales et transfrontalières. Pour le détail, voir l'annexe 4.

#### **Annexe 4 : Le travail en réseau**

Le travail en réseau a pour objectif de mieux faire connaître le travail de l'AMR et de ses musiciens membres, de renforcer les liens avec des partenaires aux objectifs similaires à ceux de l'AMR, et de diminuer les coûts de la programmation en mettant en commun les ressources dans le cadre d'échanges et de coproductions.

A ce jour, l'AMR est membre à part entière de quatre réseaux :

**Le festival JazzContreBand** : ce festival transfrontalier est organisé chaque automne par une dizaine de lieux de concert à Genève et en France voisine. L'AMR propose dans ce cadre une programmation orientée sur les échanges entre scène locale et scène française. JazzContreBand est constitué en association transfrontalière depuis 2003.

**Suisse Diagonales Jazz** : ce festival bisannuel est organisé par une association réunissant depuis 2002 une vingtaine de lieux de concert en Suisse. Il fonctionne selon le principe de la solidarité, l'objectif étant de couvrir les déficits de chacun. L'AMR y participe à raison de trois soirées de concert avec un groupe local et un groupe invité d'une autre région de la Suisse. Elle s'associe aussi à la création organisée en ouverture du festival.

**La Fédération des scènes de jazz et de musiques improvisées** : la « fédé » réunit une quarantaine de lieux de concert français dont la capacité n'excède pas 200 places. L'AMR est membre suisse associé. Ce réseau est un lieu d'échange d'expériences et de travail en commun sur de petites tournées régionales. Il permet à la programmation de l'AMR de repérer des groupes émergents et de nouer des contacts intéressants à long terme.

**Le réseau genevois de coproduction** : l'AMR a coproduit des concerts et avec les Ateliers d'ethnomusicologie, l'AMEG, PTR, le KAB de l'Usine, la Cave12, Le Centre International de Percussions, Contrechamps, le Mois de la culture japonaise, ainsi que le festival Archipel (liste non exhaustive). Au printemps 2007, suite à plusieurs expériences positives, elle a mis au point un réseau de coproduction avec la Cave12, le KAB de l'Usine et PTR, qui a pour but de mélanger les auditeurs des différentes structures en présentant des projets musicaux inédits.

Sur le plan local, l'AMR participe à d'autres opérations ponctuelles :

**Les vendredis de l'ethno** : une fois par mois, l'AMR et les Ateliers d'ethnomusicologie coproduisent une soirée de concert dédiée aux musiques traditionnelles du monde. Dans la plupart des cas, la programmation est faite par les Ateliers d'ethnomusicologie.

**La Fête de la Musique** : la grande manifestation annuelle offerte par la Ville de Genève est l'occasion pour l'AMR de participer à la scène des écoles, et d'organiser chaque année quelques performances spéciales qui soulignent les spécificités de l'association.

Les objectifs du travail en réseau sont de partager les ressources, de développer la solidarité, de faire circuler les « publics », de mieux faire connaître les musiciens membres de l'AMR, et de mieux mettre en valeur le travail culturel mené par les associations locales et au-delà. Il est évident que ce travail a une importance politique non négligeable dans le contexte actuel.

## **Annexe 5 : Le travail de promotion**

*Promouvoir : «pousser en avant, faire avancer»*

Dans le contexte de l'AMR, le travail de promotion est en grande partie de l'information. L'AMR n'a pas de produits à vendre. Elle propose une palette de services à ses membres et à la collectivité. C'est pourquoi elle ne fait pas de publicité au sens classique du terme. La publicité fait vendre un produit ou passer un message en ciblant un groupe de consommateurs. La promotion vise à faire connaître les activités dans l'espace public. La publicité a pour but un retour sur investissement. La promotion vise à informer les personnes déjà intéressées et à susciter l'intérêt des autres.

### **Promotion de l'AMR et de ses activités**

Le travail de promotion s'adresse à deux catégories de personnes:

- Les musiciens membres et utilisateurs, les autres membres et personnes plus directement intéressées par l'AMR.
- L'ensemble des personnes vivant à Genève et dans la région transfrontalière (France et canton de Vaud).

La promotion de l'AMR se fait donc à large échelle tout en concernant en premier lieu les musiciens et mélomanes. En effet, l'association fournit un travail de fond qui vise une synergie entre ses différentes activités. Elle ne se situe pas dans la «culture événementielle».

### **Promotion directe**

La promotion directe est l'ensemble des informations et des actions qui sont produites et contrôlées par l'association. L'AMR dispose de plusieurs canaux d'information directe:

- La revue VIVA LA MUSICA (tirage 3'800 ex.).
- Le site Internet de l'AMR.
- Les affiches (tirage 500 ex. pour l'affiche mensuelle, dont 280 ex. envoyés par poste et 120 posés par l'afficheur de l'association).
- Les papillons (distribués directement aux musiciens concernés et par l'afficheur de l'association).
- Les courriels aux listes d'adresse de l'association (650 adresses e-mail environ – un courriel hebdomadaire).
- Les courriers aux membres lors d'événements spéciaux (festival par ex.).
- Les actions réalisées en collaboration avec d'autres associations partenaires (coproductions et travail en réseau).

En outre, elle soigne le travail de promotion en s'efforçant de garantir une qualité constante dans l'accueil des musiciens, des utilisateurs du centre musical et des relations avec ses partenaires (acteurs culturels, fournisseurs et autres intermédiaires). Il s'agit d'un élément central du travail de promotion.

### **Promotion indirecte**

La promotion indirecte atteint ses destinataires par l'intermédiaire des médias ou d'autres organisations (par ex. sites Internet). Elle n'est pas contrôlée par l'association. L'AMR dispose de plusieurs relais :

- Les articles et comptes-rendus dans la presse écrite.
- La radio et la télévision.
- Les annonces.

Le travail de promotion doit tenir compte de tous les canaux et médias disponibles, ainsi que du rapport coût / résultat. L'adéquation entre le discours et la réalité est essentielle. En ce

sens, la meilleure promotion est la qualité et l'intérêt de la manifestation ou du service proposé (concert, atelier, centre musical, événement spécial, etc.).

Plus le cercle des destinataires est grand, plus le coût de la promotion est élevé en termes de ressources et de temps de travail. C'est surtout le cas lorsque l'association organise des événements du type festival international de jazz. En 2006 et en 2007, elle a ainsi fait appel à un attaché de presse, ses ressources propres n'étant plus suffisantes.

L'AMR compte en priorité sur le travail de promotion directe, dont le rapport coût / résultat est meilleur. Il n'en reste pas moins indispensable d'informer régulièrement les médias au sujet des activités déployées par l'association, même si ceux-ci choisissent souvent de ne pas en parler, pour des raisons qui leur appartiennent et sur lesquelles l'AMR n'a aucune influence.

### **Travail de relations média**

Par relations médias, l'on entend l'identification des journalistes intéressés par les activités de l'association, ainsi que l'entretien et le suivi de contacts personnels avec eux. S'agissant du programme, ce travail consiste à envoyer la liste des manifestations à tous les contacts médias (250 adresses environ), puis à fournir aux contacts personnels un dossier de presse des manifestations (20 adresses environ).

Les médias suivants entrent en ligne de compte :

#### *Revue musicales spécialisées*

Ces revues sont prioritaires en termes de promotion, car elles s'adressent à un public de mélomanes. Il est essentiel d'avoir des rapports directs avec leurs responsables.

#### *Radios*

La radio est le média le plus important pour la musique, car son format permet de diffuser des œuvres et de laisser une place importante à leurs auteurs. De plus, le paysage radiophonique s'est diversifié et développé durant la dernière décennie (chaînes publiques de la RSR, nombreuses radios privées, chaînes diffusant exclusivement sur Internet).

#### *Presse écrite locale et régionale*

Les journaux locaux et régionaux sont des sources d'information indispensables, et l'AMR doit toujours s'efforcer de développer ses relations avec les responsables des pages culturelles.

#### *Télévision*

Pour l'essentiel la télévision locale Léman Bleu. La TSR ne se manifeste que rarement, et uniquement lorsque la manifestation revêt un caractère événementiel. Le format de la télévision, qui convient peu à la culture en général et aux musiques d'improvisation en particulier, ne permet de diffuser que des messages généraux.

#### *Sites Internet*

En collaboration avec le bureau, le coordinateur de la programmation dispose d'une liste des sites Internet utiles à relayer le programme des activités de l'association. A l'heure actuelle, une dizaine de sites extérieurs sont indexés chaque mois. A noter que la presse écrite développe de plus en plus ses propres agendas en ligne, ainsi que des blogs. Ces nouveaux canaux auront probablement une importance de plus en plus grande, mais demandent de consacrer du temps et des ressources dont l'association ne dispose pas à l'heure actuelle.

### **Cohérence du travail de promotion**

Par souci d'efficacité et d'efficacités, l'information sur l'AMR doit respecter les éléments suivants :

- Toujours rappeler les activités centrales, les objectifs et le mode de fonctionnement de l'association, afin de mettre en valeur ses spécificités.
- Présenter des messages simples et identifiables.

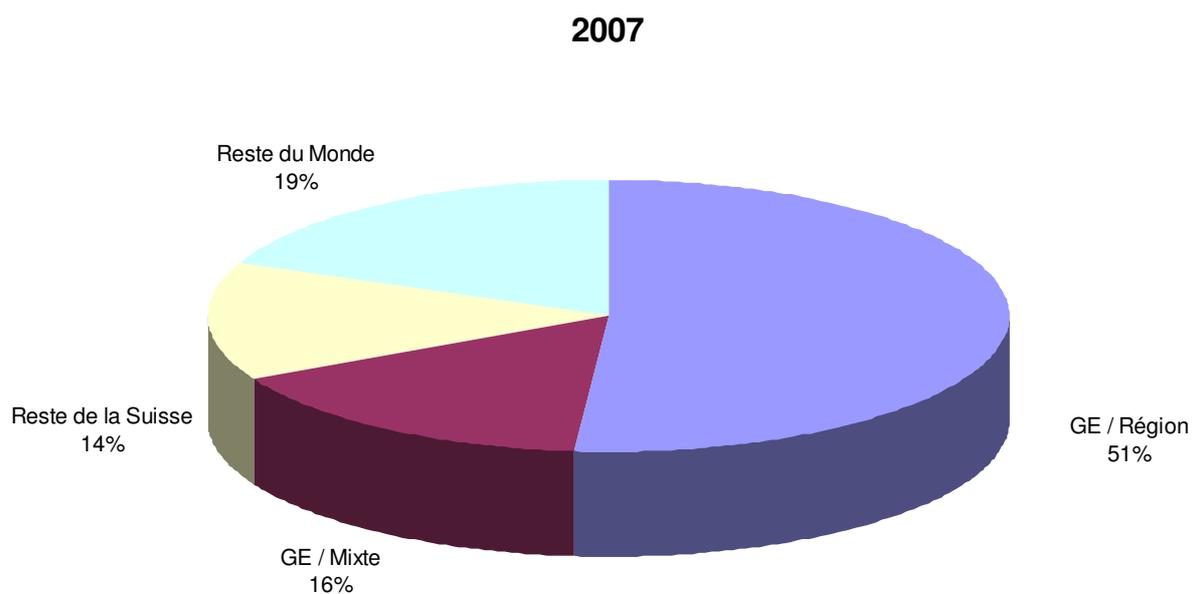
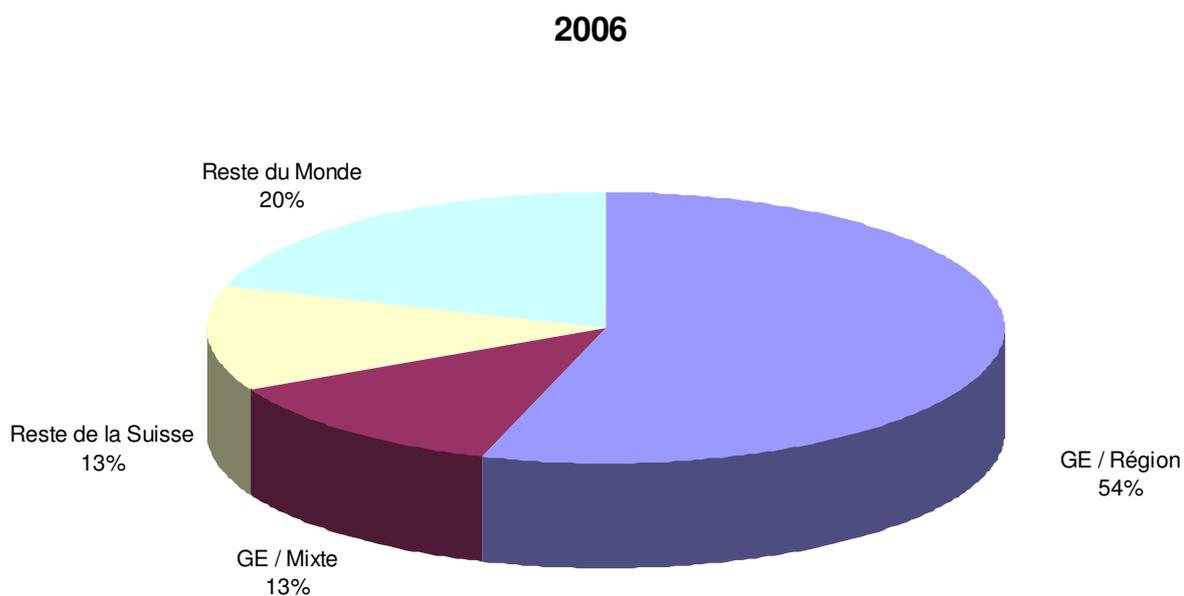
- Parler d'une seule chose à la fois.
- Ne jamais dépasser une page A4 dans les lettres et les communiqués.
- Ne jamais se plaindre auprès des médias (« on ne nous aime pas, on ne parle jamais de nous »), mais délivrer un message positif (« voici ce que nous sommes, voilà ce que nous faisons »).

Dans tous les cas de figure, il faut avoir un **interlocuteur** au sein des médias. Il ne sert à rien d'envoyer des courriers à des adresses centrales sans savoir ce qu'il en advient.

L'outil principal du travail de promotion est la base de données de l'AMR, dans laquelle sont recensés tous les contacts (membres, musiciens, médias, autres). La mise à jour de cette base de données est un travail prioritaire.

## **Annexe 6 : Provenance des groupes et des auditeurs**

Voici la statistique de la provenance des groupes (concerts à l'AMR, AMR Jazz Festival et l'AMR aux Croupettes) :



En 2007, l'AMR a renforcé le volet local de sa programmation, notamment en organisant 12 séries de concerts à la cave (contre 7 en 2006). Il y a eu également plus de soirées avec un groupe local et un groupe invité, et plus de cartes blanches à des musiciens membres.

Les statistiques restent sensiblement les mêmes depuis la réouverture du centre musical en 2005. La tendance la plus significative est dans la catégorie «bassin genevois et invités de l'extérieur», qui a tendance à augmenter. On peut y voir un des impacts du travail en réseau mené par la programmation de l'AMR, et une preuve du fait que l'association et ses musiciens membres rayonnent bien au-delà de Genève.

Concernant la provenance des auditeurs (concerts payants au Sud des Alpes), certaines tendances se confirment, comme l'augmentation de la fréquentation des élèves d'atelier et des invités. Voici la statistique pour les années 2006 et 2007 :

46,75% des auditeurs ne sont pas membres de l'AMR (2006 : 49%) ;  
19,38% des auditeurs sont invités (2006 : 17,47%) ;  
13,01% bénéficient des prix réduits pour étudiants, chômeurs ou retraités (2006 : 13,33%) ;  
12,61% sont membres de l'AMR (2006 : 13,43%) ;  
6,59% sont élèves des ateliers (2006 : 5,7%) ;  
1,66% sont titulaires de la carte 20 ans / 20 francs (2006 : 1,07%).

## **Annexe 7 : Conclusions du sondage sur la provenance et la structure des auditeurs des concerts organisés par l'AMR**

Afin d'obtenir des informations plus précises sur les personnes qui fréquentent les différentes manifestations publiques de l'AMR, deux études ont été réalisées en 2007 : la première à l'occasion de l'AMR Jazz Festival, et la seconde durant quatre semaines de concerts et jam sessions à l'AMR (du 4 mai au 1er juin 2007). Voici les principaux résultats pour ce qui concerne les concerts à l'AMR :

**Provenance:** 70% des auditeurs venaient de Genève, 16% de France voisine, 10% du reste du monde et 3,75% du reste de la Suisse.

**Rythme de fréquentation:** 42,5% des auditeurs fréquentaient pour la première fois les salles de concert de l'AMR, 25% les fréquentaient de façon irrégulière ou ponctuelle, 16,25% s'y rendaient moins de une fois par mois, 8,75% s'y rendaient une fois par mois, 6,25% s'y rendaient entre 2 et 4 fois par mois et 1,25% plus de 4 fois par mois. A noter que 48% des auditeurs ne fréquentaient pas les autres manifestations de l'AMR (festivals annuels).

**Mode de connaissance du concert:** 51,22% par «bouche à oreille», 12,2% via le site internet de l'AMR et d'autres sites internet ou actions de promotion électronique, 12,2% par d'autres canaux (organisations partenaires, office du tourisme), 8,54% via les affiches de l'AMR, 7,32% via la presse locale, 3,66% via la revue Viva la Musica, 2,44% en écoutant la radio, 2,44% en consultant les autres supports de promotion de l'AMR. A noter que la moitié des auditeurs ont pris connaissance du concert assez à l'avance (plusieurs jours à un mois).

**Appréciations du Sud des Alpes:** le tableau est globalement positif en ce qui concerne l'accueil, l'ambiance, la sonorisation, le programme et les prix d'entrée – ceux-ci étant jugés trop chers par une minorité d'auditeurs. Le lieu est jugé «indispensable à Genève», et la programmation «pointue, hétéroclite et motivant la curiosité musicale».

### **Renseignements divers:**

60% des auditeurs sont des hommes.

40% des auditeurs sont des femmes.

40% des auditeurs sont des employés, 20% des cadres, 13,75% des retraités, 11,25% des étudiants, 6,25% des artistes intermittents, 2,5% ne déclarent pas d'activités professionnelles.

3,75% des auditeurs ont moins de 18 ans, 15% ont entre 18 et 25 ans, 28,75% ont entre 26 et 35 ans, 13,75% ont entre 36 et 45 ans, 18,75% ont entre 46 et 55 ans, 11,25% ont entre 56 et 65 ans, 8,75% ont plus de 65 ans. La tranche d'âge 25-55 ans représente donc la majorité des auditeurs.

Les résultats détaillés de cette étude sont à disposition auprès de l'administration de l'AMR.