

# Les vacances de Monsieur Haydn

Festival international de musique de chambre  
3<sup>ème</sup> week-end de septembre  
La Roche-Posay



# Genèse et présentation du concept

## Genèse

### L'idée

- Volonté de Jérôme Pernoo, violoncelliste soliste et professeur au CNSM, de partager son amour pour la musique de chambre avec public et musiciens.
- Réunir des musiciens professionnels, amateurs, étudiants en un seul événement.
- Faciliter l'accès à la culture à tous en milieu rural.

# Genèse et présentation du concept

## Concept

### Concerts

- **Premier volet : le festival In**

Des grands concerts dignes des plus grandes salles de spectacles de 15 à 20 € interprétés le soir par des musiciens solistes de renommée internationale.

Des concerts « Quels Talents ! », à tarif unique de 5 € interprétés par des musiciens à l'aube d'une carrière prometteuse, accompagnés et parrainés par les plus grands solistes.

- **Deuxième volet : le festival Off**

Des concerts gratuits, de courte durée (20 mn), dans différents lieux de la ville, tout au long du week-end et interprétés par des musiciens amateurs de très haut niveau sélectionnés par le Directeur Artistique.

# Genèse et présentation du concept

## Concept

- Un week-end en musique...de chambre

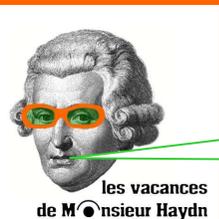
Le festival investit les lieux familiers de la ville : gymnase pour les grands concerts, le casino, l'église et le cinéma pour les « Quels Talents ! », l'école, une salle d'exposition, la MCL, le donjon, le plus ancien hôtel de la ville pour les concerts du Off.

- Un lieu central pour se rencontrer

Le village de Monsieur Haydn véritable cœur du festival situé sur la place centrale de la Roche-Posay est le point de ralliement des musiciens, du public et des bénévoles (Haydn Café, boutique, billetterie).

Convivialité

!



# Un projet inséré dans la vie locale

## Détail sur le partenariat avec l'office de tourisme

- Mise en relation avec les acteurs locaux, identification des partenaires et prestataires potentiels
- Actions de promotion directe et relai auprès des institutions départementales et régionales
- Soutien logistiques : tenue de la billetterie, mise à disposition d'une salle de réunion.
- Présence visuelle du festival dans les locaux
- Brief des conseillères en séjour

Le partenariat avec l'office de tourisme est primordial pour la réussite du festival. Un lien permanent est maintenu entre le personnel de l'office et celui du festival.

Collaboration !

# Un projet inséré dans la vie locale

## Implication des acteurs économiques

- Volonté très forte de partenariat avec les acteurs économiques
- Réunions d'information et de travail avec la Fédération des Acteurs Economiques (FAE)
- Sollicitation des restaurateurs pour proposer un menu Haydn pendant le festival



- Prise en charge des repas du midi pendant la semaine de répétition
- Buvette tenue par la FAE la première année
- Repas pendant le festival assurés par la FAE

**Partenariat !**

# Un projet inséré dans la vie locale

## Implication de la population locale et des scolaires

- Conférence de presse ouverte au public et aux acteurs économiques et associatifs : balade dans la ville en petit train avec des arrêts à chaque lieu pour écouter des concerts sur les lieux du off.
- Intervention de Jérôme Pernoo auprès des élèves de l'école primaire.
- Partenariat avec le collège : les élèves de 6<sup>ième</sup> et 5<sup>ième</sup> assistent aux répétitions du off le vendredi.
- Rassemblement et fédération d'une équipe de bénévoles.

Partage !





# Un projet inséré dans la vie locale

Animation de l'équipe de bénévoles

Maintien d'un lien permanent avec les bénévoles

- Recueil et prise en compte des propositions d'amélioration
- Rencontres festives entre les bénévoles et les musiciens du off tout au long de l'année
- Mailing d'information sur l'actualité du festival et sur l'actualité des musiciens

Fédération !



# Transformer l'essai

Une présence dans la ville toujours plus évidente

- Partenariat avec le Conseil Général pour la réalisation de la signalétique avec des professionnels
- Travail avec une agence de presse.
- Travail en interne avec la presse et les médias locaux.

Communiquer !



# Une communication au service du projet et du territoire

Plan de communication, un effort important dès la première année

- Au niveau local et régional

Presse écrite : PQR, presse institutionnelle, presse événementielle en mettant en avant l'identité visuelle du festival.

Affichage : 10 000 flyers, 500 affiches distribués jusqu'à 100 km à la ronde et à Paris rue de Rome.

Radio : 40 spots sur France Bleu pensés de façon à susciter la curiosité.

TV : reportage sur France 3 région.

- Au niveau national

Intervention d'une agence de presse pour conseiller sur la constitution et la diffusion du dossier de presse (250 exemplaires).

Presse écrite : ciblage de la presse spécialisée et généraliste.

Radio : enregistrement d'un mardi idéal (France Musique).

Faire savoir !



# Un opérateur du développement local

## Partenariat avec les collectivités

L'équipe du festival s'efforce de fournir à ses interlocuteurs toutes les données qui leur permettront d'appréhender la logique du festival et ses retombées pour le territoire en les formalisant systématiquement.

- Elaboration d'un document qui présente le bilan de l'édition passée tout en étant en adéquation avec l'état d'esprit du festival : **le carnet de vacances**.
- Rencontre des partenaires institutionnels pour leur présenter l'édition à venir.

**Territoire !**



# Un opérateur du développement local

Le carnet de vacances est l'outil qui permet de communiquer auprès des institutionnels, des partenaires et des bénévoles en présentant un bilan complet du festival qui vient de se dérouler.

Indicateurs qui nourrissent le carnet de vacances

- Fréquentation du In

Source : billetterie

- Fréquentation du off

Source : comptage du nombre de spectateurs par concert fait par les bénévoles

- Provenance géographique des spectateurs

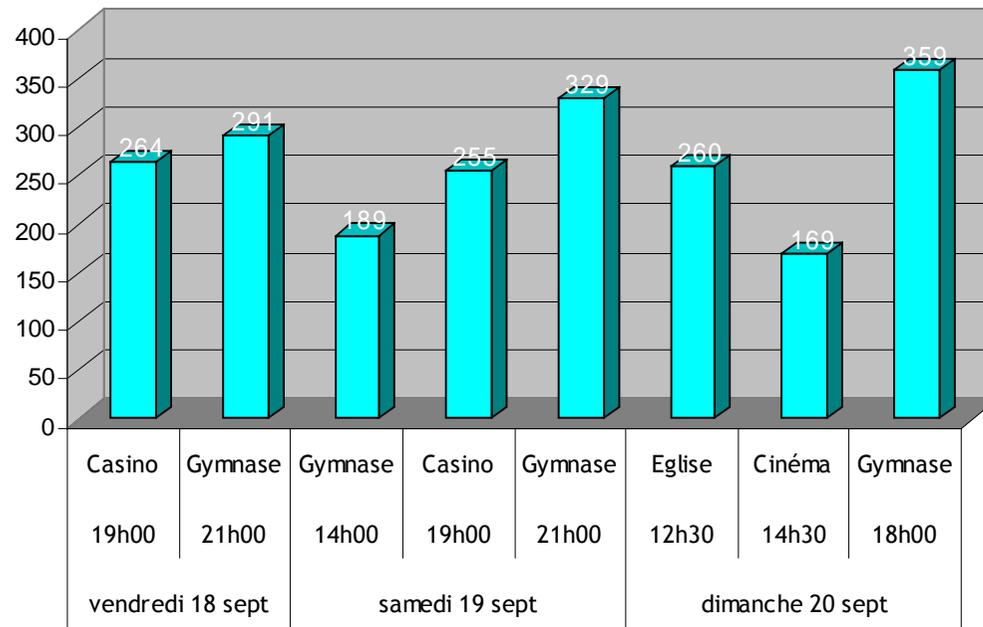
Source : enquête auprès des spectateurs pendant le festival

Analyse !

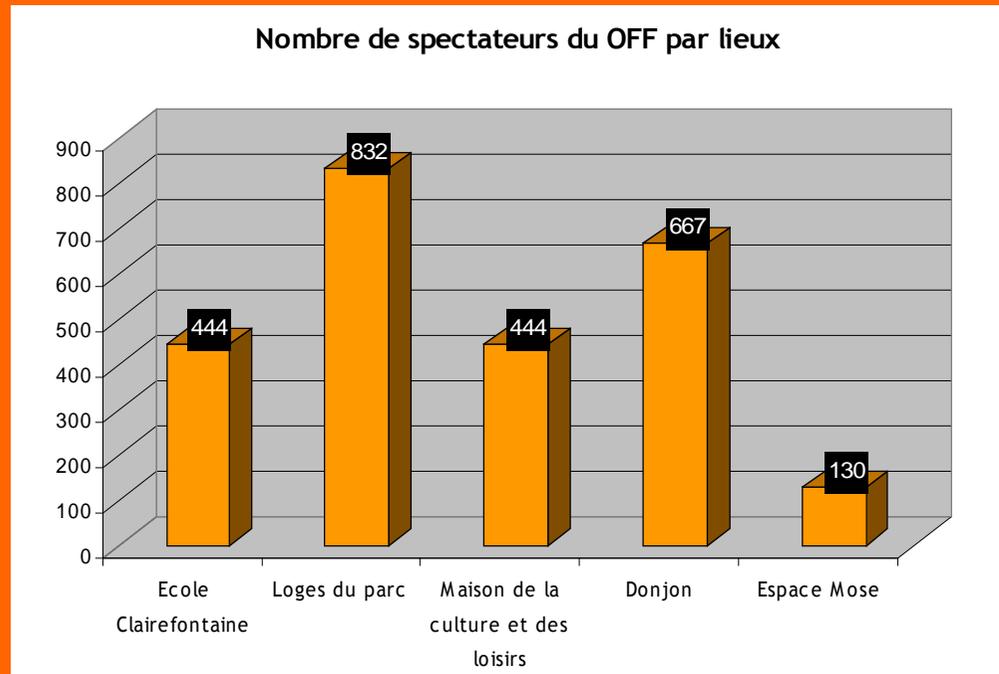


# Un opérateur du développement local

Fréquentation des concerts IN

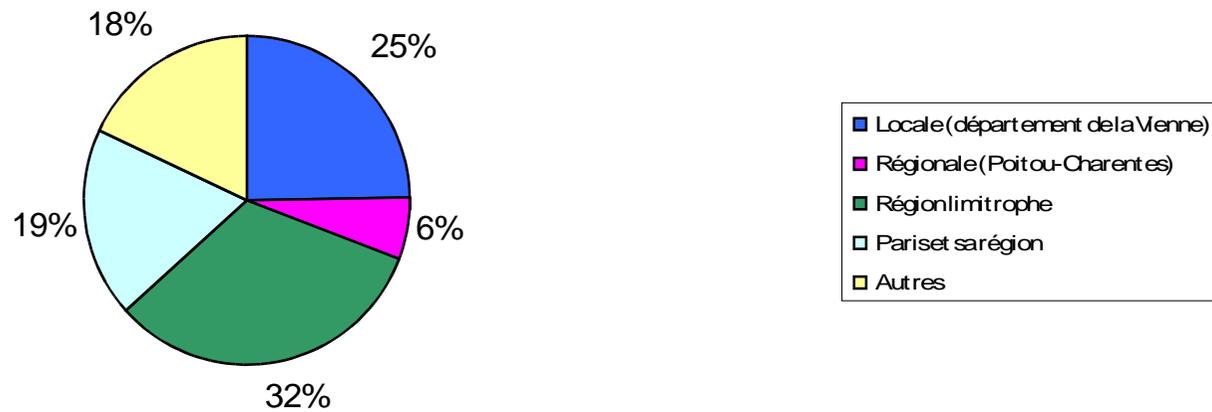


# Un opérateur du développement local



# Un opérateur du développement local

Provenance géographique



# Un opérateur du développement local

## Indicateurs qui nourrissent le carnet de vacances

### L'impact sur l'économie de la cité

- Dépenses du festival : 18 505 €

Source : factures payées par le festival

- Nombre nuitées consommées par des festivaliers : 102

Source : enquête auprès des hôteliers

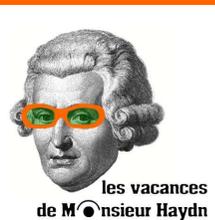
- Estimation du chiffre d'affaire en restauration

Source : enquête auprès des festivaliers

- Ressenti de l'impact sur l'activité des commerçants

Source : enquête auprès commerçants

Estimation du chiffre d'affaire  
généralisé par le festival :  
30 000 €



# Pour continuer

Le succès grandissant des Vacances de Monsieur Haydn positionne ce festival comme un vecteur de développement culturel incontournable.

- La qualité du partenariat institué avec les collectivités permet d'engager un dialogue collectif sur l'avenir du festival et ses besoins pour continuer à se développer.
- La professionnalisation de l'équipe est incontournable pour répondre à l'ampleur qu'a pris le festival.

Anticiper !



# Les bons ingrédients

- Avoir une idée précise du projet et une ligne directrice
- S'entourer de professionnel dans les domaines clés: technique, relation presse, communication, infographisme.
- S'accorder des temps de réflexion et de remise en question : communication, organisation, évolution du projet.
- Fédérer autour de l'événement : collectivités, acteurs locaux, bénévoles.
- Continuer à donner envie : qualité, surprise, convivialité.
- Avoir une gestion rigoureuse



Merci de votre  
attention !

