COMMUNE DE MONTREUX

Préavis No 27/2015

de la Municipalité au Conseil communal

relatif

à l'octroi d'un crédit budgétaire complémentaire de CHF 110'000.- ainsi que d'une subvention exceptionnelle de CHF 150'000.- par an pour 2015 et 2016, à financer par crédit budgétaire complémentaire en 2015 et par le budget ordinaire en 2016, en faveur de la consolidation des développements réalisés par le Montreux Comedy Festival et de son internationalisation

Date et lieu proposés pour la séance de commission :

le lundi 14 septembre 2015 à 19h30

à la Villa Mounsey, rue du Marché 8 à Montreux

Table des matières

1 Objet du préavis 1
2 Historique 1
3 Bilan 2011-2014 2
3.1 Evolution 2
3.2 Impacts 3
3.2.1 Spectateurs 3
3.2.2 Retombées 3
3.3 Comptes 2011-2014 3
3.4 Bilans 4
4 Perspectives 4
4.1 Internationalisation 5
4.2 Jeunes talents 5
5 Mise en œuvre 6
6 Budgets 2015-2017 6
6.1 Recettes privées 7
6.2 Recettes publiques 7
6.2.1 Soutien communal 8
6.2.1.1 Frais de location 8
6.2.1.2 Frais de création 8
6.2.1.3 Frais de communication 9
6.2.2 Synthèse du soutien communal 9
7 Conséquences financières 9
8 Développement durable 9
8.1 Social 9
8.2 Economique 10
8.3 Environnemental 10
9 Position de la Municipalité 10
10 Conclusions 11

Monsieur le Président, Mesdames, Messieurs,

1 Objet du préavis

L'objet du présent préavis est de demander à votre Conseil d'une part un crédit budgétaire complémentaire de CHF 110'000.- et d'autre part une subvention exceptionnelle de CHF 150'000.- par an pour 2015 et 2016 en faveur du Montreux Comedy Festival, à financer par crédit budgétaire complémentaire en 2015 et par le budget ordinaire en 2016.

Ces demandes sont justifiées par le développement du Festival qui, après ses 25 ans fêtés avec succès en 2014, se trouve à une étape importante de sa croissance. Connu et reconnu dans le monde francophone, ce Festival envisage désormais d'affirmer encore sa qualité et sa réputation au travers de plusieurs projets décrits dans le présent document.

Au travers de ce préavis, la Municipalité souhaite poursuivre les objectifs suivants :

- consolider les développements effectués par le Comedy et uniformiser les subventions communales en regard des mécanismes de soutien aux autres festivals (augmentation de la subvention annuelle de CHF 110'000.-) ;
- accompagner le Festival dans son évolution future, en particulier dans les domaines de l'internationalisation du Festival et de la relève (jeune création). La subvention exceptionnelle de CHF 150'000.-, limitée à deux éditions, est destinée à soutenir ponctuellement les efforts du Festival dans son évolution, en démontrant aussi aux autres partenaires financiers potentiels que la Commune hôte participe activement au développement du Comedy.

2 Historique

Le Montreux Comedy Festival, anciennement Festival du Rire de Montreux, a déjà fait l'objet de nombreux préavis présentés à votre Conseil[1]. Nous ne reviendrons donc pas sur l'historique du Festival, largement présenté dans les documents susmentionnés.

Il convient toutefois de rappeler ici, au-delà de la simple fréquentation *in situ* du Festival et des retombées économiques locales et régionales, combien cet événement participe à la renommée internationale de notre Commune comme ville de cultures, grâce d'une part aux retombées médiatiques internationales et d'autre part grâce aux nouvelles technologies qui permettent d'assister à des extraits de spectacles dans le monde entier. Cela se vérifie notamment pour le Comedy, dont l'audience au travers des réseaux dits « sociaux » bat chaque année de nouveaux records[2]. La promotion de Montreux s'en trouve ainsi renforcée.

[1] La liste récente est la suivante, sans évoquer ici les préavis relatifs au Fonds Culturel Riviera :

- préavis No 04/2007 relatif au Montreux Festival du Rire ;
- rapport No 19/2008 relatif à la motion de M. Olivier Gfeller « demandant à la Municipalité de dresser le bilan des fonds propres des institutions culturelles de la Commune » ;
- rapport-préavis No 07/2010 relatif au Montreux Festival du Rire ;
- rapport-préavis No 24/2011 relatif à l'octroi d'une subvention exceptionnelle d'un montant de Fr. 1'170'000.- à certaines institutions culturelles et réponse au postulat de M. Emmanuel Gétaz « Pour que nos géants culturels n'aient plus des pieds d'argile, renforçons leurs fonds propres ».

[2] En 2014, le Montreux Comedy est un Festival plus connecté que jamais : 20 millions de téléspectateurs à travers le monde, 47 millions de vues sur Internet, 21'000 abonnés sur Twitter, 153'000 fans sur Facebook, 58'000 abonnés sur sa chaîne YouTube.

3 Bilan 2011-2014

3.1 Evolution

Depuis sa création en 1990, le Festival poursuit le même objectif principal: faire rayonner la ville et sa région à travers l'humour.

Les années 2011-2014 ont permis de consolider le Festival dans sa place de leader francophone du genre. La multiplication des diffusions TV - en moyenne une soixantaine de diffusions annuelles sur plusieurs chaînes - permet de toucher des millions de téléspectateurs par an.

Fort de cette audience et d'une marque renouvelée en 2010 en « Montreux Comedy »[3], plus porteur en termes de communication pour la destination, plus dans l'air du temps et plus compatible avec les nouvelles technologies, le Festival a créé ses propres outils digitaux, en particulier sur les réseaux sociaux.

Les éditions 2013 et 2014 du « Comedy Contest », aujourd'hui « Jokenation », ont été le premier tremplin mondial d'humour, en français et en anglais, capable de réunir sur une même scène des artistes africains, européens et américains. Le succès des premières éditions permet d'envisager un développement vers l'Asie, l'Inde ou le Moyen-Orient[4].

Afin de permettre les développements précités, le Festival a créé deux lieux supplémentaires au sein du 2m2c: le Comedy Club (au Miles Davis Hall) et le Stand-up au niveau B3 du centre. Ils seront désormais ouverts à toutes les langues présentant un intérêt, non seulement pour le Festival, mais également pour Montreux, en pleine adéquation avec la stratégie de Montreux-Vevey Tourisme[5].

Par ailleurs, l'apparition de communautés sociales, par essence mondiales, ouvre de nouvelles perspectives à l'international pour le Festival. Ses fans sont partout, notamment où on ne les attend pas comme Singapour, Montréal ou Abidjan. Le Festival a testé en 2013 et 2014, avec succès, quelques délocalisations, comme Singapour (juin 2013), Abu Dhabi (mars 2014) et Busan en Corée du Sud (août 2014). Cette ouverture intéresse de plus en plus de partenaires comme Montreux-Vevey Tourisme, Présence Suisse ou des entreprises suisses et internationales avec lesquelles le Comedy discute d'un partenariat.

Enfin, la Municipalité rappelle que, jusqu'en 2014, le financement des galas d'ouverture et de clôture du Festival, à l'Auditorium Stravinski, était assuré dans le cadre de la prise en charge par la Saison culturelle, d'une part au moyen du financement des « dates Saison » et d'autre part par un soutien direct de dite Saison, pour le bordereau technique et pour une aide à la communication. Au travers de ce préavis et comme annoncé en introduction, la Municipalité souhaite également sortir ces deux dates de la Saison et assurer un financement entièrement communal, au même titre que pour les autres festivals tels que le Montreux Jazz Festival, le Septembre musical ou le Montreux Choral Festival. Les mécanismes sont décrits en détail au chapitre 6.2.1 du présent document.

---

[3] Autre grand développement des années 2011-2014, le recentrage sur une marque pouvant se décliner en fonction des besoins. Ainsi on peut citer autour de la marque de base « Montreux Comedy », le « Montreux Comedy Festival », « Montreux Comedy@you » pour la déclinaison à l'étranger, le « Comedy Contest by Montreux Comedy », « Montreux Comedy Pro » - « Les rencontres internationales de l'humour© », etc.

[4] Les premiers concurrents de ce projet arrivent en 2015 avec notamment Montréal qui lance l' « Ethnical Show by Just for Laugh » !

[5] Citons à titre d'exemple, l'allemand, le russe, l'espagnol, l'italien, l'hindi etc. Une conséquence de ce déploiement a été le recentrage du Festival sur Montreux et son retrait petit à petit des scènes veveysannes. Cette stratégie devrait permettre de programmer un spectacle en langue étrangère, par exemple pour 150 personnes, mais diffusé sur le web à destination du public concerné de par le monde.

3.2 Impacts

Le Festival, en décembre chaque année à Montreux, reste la base de toute son activité et de son développement. Son ampleur peut se résumer à 10-12'000 spectateurs sur toute la Riviera ainsi que 150 artistes environ, avec de plus en plus d'artistes non francophones. En 2014, une trentaine d'artistes venaient d'Angleterre, des Etats-Unis, d'Afrique du Sud, d'Égypte, de Corée et de Russie. En 2014, cela a représenté par exemple environ 1'800 nuitées pour l'économie montreusienne.

3.2.1 Spectateurs

Une enquête réalisée lors de l'édition 2014 auprès d'une centaine de festivaliers permet de donner les tendances suivantes[6] :

- le Festival attire presque autant d'hommes que de femmes, de toutes générations. Il attire les 30-60 ans grâce aux soirées de gala (près de 50% des spectateurs) et les jeunes grâce au Comedy Club (46% ont moins de 30 ans). 89% des moins de 18 ans ont assisté à un spectacle du Comedy Club ;
- 84% des festivaliers sont Suisses (dont 49% qui proviennent du Canton de Vaud, 12% du Canton de Genève, 11% du Canton de Fribourg, 7% du Canton de Valais et 5% du Canton de Neuchâtel) ; 13% des festivaliers proviennent de départements français frontaliers ; enfin, 3% viennent de la région parisienne ;
- la programmation et la notoriété des humoristes sont les deux éléments qui décident le public à se déplacer à Montreux (50%) ; les autres motivations sont l'envie de passer un bon moment avec la famille et les amis (27%), une recommandation, la proximité ou les tarifs abordables ;
- plus du tiers des festivaliers (38%) ont eu connaissance de l'événement au travers des rediffusions télévisuelles ; 20% l'ont connu par le bouche à oreille et 14% par les campagnes d'affichage ;
- deux tiers des spectateurs sont venus pour la première fois au Festival, alors qu'un tiers revient régulièrement ;
- les trois quarts des festivaliers sont venus en famille, avec leur conjoint et leurs enfants ; 88% dorment chez eux après le spectacle, quitte à faire des trajets de deux heures pour le retour. Potentiellement, 12% du public dort à Montreux, ce qui représente environ 1'200 nuitées sur les 1'800 générées par le Festival.

3.2.2 Retombées

En 2014, une étude commandée par le Service de la Promotion Economique et du Commerce du Canton de Vaud (SPECo) chiffrait l'impact des retombées médiatiques du Montreux Comedy Festival à CHF 151.9 millions annuels[7]. La présence récurrente du nom du Festival, et donc de Montreux, sur les supports médiatiques tels que télévision et internet expliquent ce montant très important. Toujours selon cette étude, l'impact économique annuel total du Festival, quant à lui, est estimé à CHF 2.3 millions, dont CHF 190'000.- de retombées directes.

3.3 Comptes 2011-2014

Le tableau détaillé est présenté en fin du rapport-préavis, annexe I.

[6] Synthèse sur les principaux résultats issus de l'étude des publics réalisée par Eva Fourment, étudiante à l'Université d'Angers, du 4 au 8 décembre 2014.

[7] « Events Vaud : bilan de soutien aux manifestations », étude réalisée par M. Grégory Saudan, consultant indépendant, d'octobre 2013 à mai 2014. Il s'agit d'un bilan sur le processus d'octroi des aides attribuées par la Loi sur l'appui au développement économique (LADE).

RECETTES	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%
Recettes publiques	487'770.00	21.4%	599'286.00	21.6%	557'140.00	19.3%	651'710.00	19.5%
Recettes privées	1'264'179.00	55.4%	1'390'291.00	50.1%	1'403'369.35	48.6%	1'780'360.00	53.4%
Recettes propres	434'526.00	19.0%	657'062.00	23.7%	676'329.00	23.4%	631'827.00	18.9%
Droits TV	95'000.00	4.2%	129'800.00	4.7%	252'620.65	8.7%	270'925.00	8.1%
Sous-total:	**2'281'475.00**	**100%**	**2'776'439.00**	**100%**	**2'889'459.00**	**100%**	**3'334'822.00**	**100%**
Recapitalisation	-		130'000.00		-		-	
Total recettes:	**2'281'475.00**		**2'906'439.00**		**2'889'459.00**		**3'334'822.00**	
CHARGES	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%
Frais d'exploitation	-873'515.00	38.5%	-1'081'831.00	39.3%	-1'207'933.00	41.9%	-1'579'832.00	47.4%
Communication	-1'193'180.00	52.6%	-1'346'589.00	49.0%	-1'376'590.00	47.7%	-1'402'481.00	42.1%
Hono. D'organisation	-120'000.00	5.3%	-188'015.00	6.8%	-188'208.00	6.5%	-207'510.00	6.2%
Frais admin/TVA	-83'095.00	3.7%	-133'173.00	4.8%	-112'553.00	3.9%	-144'455.76	4.3%
Sous-total:	**-2'269'790.00**	**100%**	**-2'749'608.00**	**100%**	**-2'885'284.00**	**100%**	**-3'334'278.76**	**100%**
Redressement impôt source et TVA	-		-128'872.00					
Total charges:	**-2'269'790.00**		**-2'878'480.00**		**-2'885'284.00**		**-3'334'278.76**	
Bénéfice/perte	11'685.00		27'959.00		4'175.00		543.24	

Les comptes 2011-2014 reflètent l'évolution de la manifestation. Ils font apparaître une progression annuelle d'environ 15% des recettes sur la période, ce qui est significatif étant donné la période économique difficile constatée ces dernières années. Le ratio fonds publics/fonds privés est également dans la fourchette basse, puisque les fonds publics représentent 20% environ du budget. Ces derniers ont augmenté, sur la période, de CHF 163'000.-, alors que les recettes ont augmenté de CHF 1'053'000.-. Pour CHF 1.- d'argent public investi, les organisateurs du Festival vont chercher environ CHF 6.40 d'argent privé. Les fonds privés sont équitablement répartis entre recettes privées, recettes propres et droits TV. Ce sont ces derniers droits TV qui ont, en pourcentage absolu, progressé le plus en quatre ans, prouvant ainsi la pertinence des choix du Festival de viser à la multiplication des plateformes médias.

Du côté des charges, la progression suit naturellement les recettes avec une grosse part en charges d'exploitation et en charges de communication. Il est évident qu'une plateforme média exige une communication annuelle et des moyens importants. Enfin, les frais d'organisation sont modestes et se montent à CHF 207'000.-, soit environ 6% du budget global.

3.4 Bilans

La Fondation du Festival a été dotée d'un capital de fondation de CHF 20'000.-, dont le solde s'élevait à CHF 20'657.46 au 31 décembre 2014.

Le renforcement des fonds propres du Festival par un montant de CHF 130'000.- (rapport-préavis No 24/2011), adopté par votre Conseil, a permis de sortir la Fondation d'une situation de surendettement (art. 725 CO) signifiée depuis plusieurs années par l'organe de contrôle.

Néanmoins, la principale faiblesse du Festival reste son manque de réserves et l'extrême fragilité de ses fonds propres qui demeurent faibles, en cas de coup dur, en regard d'un budget moyen d'environ CHF 3 millions.

4 Perspectives

Pour soutenir la croissance du Festival et permettre à ce dernier non seulement de garder sa place de leader en francophonie mais aussi de poursuivre son évolution, en particulier dans les pays anglophones, l'organisateur a l'ambition de développer plusieurs axes, dont les deux

principaux sont l'internationalisation du Festival et la recherche et la promotion des jeunes talents.

4.1 Internationalisation

Les développements sont les suivants :

1) une programmation non francophone à Montreux et une implantation de relais locaux à l'international. Cette étape est essentielle pour attirer de nouveaux sponsors, car, cantonné dans la Francophonie, le Festival ne peut se départir d'une image locale et régionale[8] ;
2) un concept pour exporter la marque Montreux Comedy à travers le monde: les *Montreux Comedy@you* (www.montreuxcomedyatyou.com) ;
3) le développement de Montreux en une ville de l'humour notamment avec la création des premières « Rencontres Internationales de l'Humour© » en décembre 2015. Ces rencontres auront un budget dédié, un lieu réservé dans le 2m2c, ainsi qu'un programme et une équipe propres. Bien qu'au bénéfice de nombreuses synergies avec le Festival et sa base historique, ces rencontres iront chercher leurs propres financements sans concurrence avec le Festival. De plus, elles renforceront Montreux dans son positionnement de destination de congrès ;
4) le développement du volet Grand Écran: *My Comedy Film Festival by Montreux Comedy*. Ce projet confirme la volonté de développer un volet cinéma de plus en plus important pendant le Festival. Aujourd'hui le Festival organise des séances de cinéma avec son partenaire Cinérive SA ; à terme, le Festival envisage une véritable programmation grand écran, essentiellement online, sur le modèle du *myfrenchfilmfestival.com*, grand succès pour le cinéma francophone. Un budget spécifique, notamment via la Confédération, sera prévu pour ce projet qui devrait voir le jour d'ici deux à trois ans mais le Festival entend déjà en mettre en place les bases[9]. Le cinéma devrait donner à l'humour ses lettres de noblesses culturelles et permettre de consolider l'internationalisation du Festival, le 7e art étant par essence mondial.

4.2 Jeunes talents

Les développements sont les suivants :

1) la plus grande plateforme de recherche de talents au monde, *Jokenation* (www.jokenation.fr), ainsi que la consolidation des deux nouveaux lieux: le *Comedy Club* et le *Stand-up*. Ces lieux sont complémentaires avec l'Auditorium Stravinski. Ils permettent d'accueillir des spectacles innovants, soit destinés à des jeunes talents, soit ouverts à des expériences scéniques provenant du web. Enfin ils permettent de programmer des spectacles en langues étrangères, en anglais notamment ;
2) le *Quartier Comedy Club* : avec ce projet de médiation culturelle, le Comedy souhaite aller à la rencontre des jeunes des quartiers des grandes villes romandes et leur offrir la possibilité de créer des passerelles avec le monde du spectacle à plusieurs niveaux. Une véritable structure d'accompagnement des jeunes sera mise en place. La direction artistique sera assurée par Jean-Luc Barbezat en étroite collaboration avec d'autres artistes romands proches de la culture urbaine, issus du stand-up et qui

[8] Deux exemples en témoignent :

- comment attirer un sponsor national majeur, basé à Zurich, dont les dirigeants ne connaissent pas un seul humoriste francophone ? En amenant des humoristes allemands, russes et anglais à Montreux par exemple. Même si le dirigeant ne connaitra pas plus les humoristes russes, le caractère multilingue donnera au Festival un attrait unique. En 2014 par exemple, les organisateurs ont été surpris de constater que la banque Raiffeisen a payé plus pour la soirée russe à Montreux que pour l'entier du Festival. Mais sa filiale Notenstein avait un intérêt à se rapprocher d'une clientèle aisée vivant sur la Riviera;
- comment attirer une marque française majeure qui connait le Festival par son rayonnement TV mais qui n'opère pas en Suisse en direct ? En produisant une tournée en France par exemple sous la marque Montreux Comedy en tournée.

[9] Des pourparlers sont notamment en cours avec Chaplin World, dont l'ouverture est prévue en 2016, pour un lancement conjoint.

peuvent représenter un exemple grâce à leur parcours. Pour le démarrage du concept, un projet pilote est mis sur pied à Lausanne en septembre 2015. Sur la base de cette première expérience, le concept sera proposé à d'autres communes romandes, notamment sur la Riviera.

Ces nouvelles initiatives permettront aux jeunes talents d'éclore petit à petit dans le cadre d'une organisation professionnelle : les humoristes de demain auront ainsi une occasion unique de mettre en avant leur talent, le Festival jouant ainsi le rôle de facilitateur et de « pépinière » de nouveaux talents.

L'ensemble des initiatives citées *supra* devrait permettre au Festival de grandir, d'attirer plus de personnes à Montreux et de rayonner à travers le monde. Il s'agit d'un programme ambitieux qui devrait porter ses effets d'ici environ cinq ans.

5 Mise en œuvre

Les premiers développements ont été financés, entre autres, par des aides publiques octroyées notamment à l'occasion du 25e anniversaire du Festival en 2014. Mais pour que les innovations atteignent leur maturité, il faut non seulement du temps mais également de nouveaux investissements.

Aujourd'hui, le Festival a besoin de consolider les évolutions faites ces dernières années, qui ont prouvé la pertinence et la valeur de ses choix. Plusieurs investissements doivent donc être consentis, dans un premier temps pour permettre l'arrivée de nouvelles recettes.

L'ensemble des nouveaux investissements décrits ci-dessous impliquera des charges annuelles moyennes supplémentaires d'environ CHF 263'000, avec un montant de CHF 235'000.- dès 2015 (cf. annexe 3, budget, ligne « nouvelles initiatives ») qui sera notamment engagé dans les domaines suivants :

- *programmation et production* : engagement d'un responsable de production international, parfaitement anglophone, ainsi que d'une personne responsable de la direction artistique anglophone ;
- *communication et site internet* : développement de la communication anglophone du Festival avec l'engagement d'un « web publisher »;
- *accueil et logistique* : mise en place d'une structure d'accueil adéquate ; équipe dédiée, nuitées, frais de voyages pour accueillir des artistes venant du monde entier (France, Belgique, Québec, Afrique francophone et anglophone, Asie, Etats-Unis, Moyen-Orient) ;
- *infrastructure et technique* : déploiement du Festival dans l'ensemble du 2m2c avec l'utilisation de nouveaux lieux (B7, A2, A400, foyer A3 et peut-être A1) ;
- *production audiovisuelle* : création d'une plateforme spécifique pour les contenus anglophones ;
- *développement d'une plateforme cinéma* : concrétisation des discussions de partenariat avec avec Unifrance Film (myfrenchfilmfestival.com) pour lancer le *mycomedyfilmfestival.com by Montreux Comedy* ;
- *personnel administratif et d'exploitation* : engagement de ressources supplémentaires pour accompagner le développement du Festival (responsable des infrastructures et renforcement du pôle administratif)[10].

6 Budgets 2015-2017

[10] L'équipe du Festival ainsi que le comité de Fondation au 01.01.15 sont présentés en annexe 4.

Le budget détaillé est présenté en annexe 3. Ci-dessous une version synthétique :

RECETTES	2015	%	2016	%	2017	%
Recettes publiques*	698'910.00	*22.52%*	703'910.00	*22.53%*	703'910.00	*22.21%*
Recettes privées	1'665'000.00	*53.64%*	1'735'000.00	*55.54%*	1'835'000.00	*57.91%*
Recettes propres	470'080.00	*15.14%*	485'000.00	*15.53%*	505'000.00	*15.94%*
Droits TV	270'000.00	*8.70%*	200'000.00	*6.40%*	125'000.00	*3.94%*
Total recettes:	3'103'990.00	*100%*	3'123'910.00	*100%*	3'168'910.00	*100%*
*Communes de Montreux et de Vevey, Fonds culturel Riviera, Taxe de séjour, Canton de Vaud (en cours)						
CHARGES	2015	%	2016	%	2017	%
Frais d'exploitation	-1'456'040.00	*46.83%*	-1'476'040.00	*47.17%*	-1'521'040.00	*47.92%*
Communication	-1'315'000.00	*42.30%*	-1'315'000.00	*42.03%*	-1'315'000.00	*41.43%*
Honoraires d'organisation	-210'000.00	*6.75%*	-210'000.00	*6.71%*	-210'000.00	*6.62%*
Frais admin/TVA	-128'000.00	*4.12%*	-128'000.00	*4.09%*	-128'000.00	*4.03%*
Total charges:	-3'109'040.00	*100.00%*	-3'129'040.00	*100.00%*	-3'174'040.00	*100.00%*
Bénéfice/perte	-5'050.00		-5'130.00		-5'130.00	

6.1 Recettes privées

Le Festival peut compter en 2015 sur un investissement de son coproducteur (GFProduction SA) de CHF 100'000.- pour soutenir le développement de *Jokenation*, qui reste le principal outil pour internationaliser le Festival.

Le renouvellement et l'augmentation des aides communales permettront de consolider les nouvelles initiatives de Montreux Comedy, mais de nouvelles recettes privées, qui devraient augmenter année après année, permettront d'autofinancer à terme les projets et le Festival. Ces recettes pourraient prendre les formes suivantes:

- *sponsoring* : des discussions sont en cours par exemple avec Emirates, Evian ou Canal+ ;
- *billetterie* : actuellement le Festival bénéficie de trois salles complémentaires : l'Auditorium Stravinski de 1'500 places, le Comedy Club (au Miles Davis) de 400 places et le Stand-up (niveau B3) de 150 places. En utilisant au mieux ces trois salles, le Festival peut espérer augmenter ses recettes de billetterie, notamment en ouvrant de plus en plus de spectacles en langues étrangères. Le fait de créer les Rencontres Internationales de l'Humour© en marge du Festival va encore renforcer ce phénomène ;
- *royalties et recettes tirées de mandats* : en multipliant le développement des *Montreux Comedy@you*, le Festival entend tirer des recettes supplémentaires importantes. Actuellement présent à Busan en Corée du Sud, Singapore et Dubaï, le Festival discute avec des partenaires à Londres, Berlin, Moscou, Johannesburg, Hong-Kong et Montréal pour ne citer que les principaux ;
- *droits TV et recettes tirées du digital* : des discussions sont en cours par exemple avec les chaînes TV Dave en Angleterre et Comedy Central en Afrique du Sud. On peut imaginer des développements similaires en Russie, suite à la soirée russe en 2014, ou une extension anglophone aux USA et au Canada anglophone. Les recettes digitales vont également augmenter grâce à ces nouvelles initiatives.

6.2 Recettes publiques

En préambule, la Municipalité rappelle que la Fondation du Festival ne compte pas uniquement sur la Commune de Montreux pour l'aider dans son développement. L'organisateur a notamment sollicité les institutions suivantes :

- Canton de Vaud (LADE), en cours ;
- Loterie Romande, aboutie ;
- Taxe de séjour, en cours ;
- Présence Suisse, en cours ;
- Pro Helvetia, en cours.

Les budgets 2015-2017 comptent sur une augmentation annuelle moyenne de plus de CHF 100'000.- de subventions publiques auprès de ces institutions.

6.2.1 Soutien communal

6.2.1.1 Frais de location

Le Comedy Festival est l'un des rares organisateurs à louer presque l'ensemble du 2m2c, avec le Montreux Jazz Festival et Polymanga[11].

En 2014, les frais de location du 2m2c s'élevaient à environ CHF 200'000.- (cf. comptes en annexe 2). Le financement était assuré par la Commune, la Saison culturelle et l'organisateur[12].

Dès 2015, suite à l'évolution du Festival et aux perspectives définies *supra* au chapitre 5, les frais de locations sont estimés à CHF 293'040.- (cf. budgets en annexe 3). Ce montant tient compte, entre autres, d'une augmentation des surfaces louées, estimée à CHF 30'000.- (Miles Davis Hall). La Municipalité est d'avis que cette augmentation doit être soutenue par la Commune, au même titre que pour les autres festivals.

Dès lors, la Municipalité vous propose la prise en charge, sur une seule ligne budgétaire, de l'ensemble des frais de location du 2m2c liés au Comedy. Cette prise en charge passerait de CHF 108'000.- à CHF 198'000.-, soit un crédit budgétaire complémentaire de CHF 90'000.-[13].

Par cette proposition, les deux soirées de gala du Comedy ne feraient plus partie de la Saison culturelle. Cette dernière continuerait cependant à offrir quatre dates d'humour conformément à la politique culturelle adoptée par le bais du rapport-préavis No 21/2004.

6.2.1.2 Frais de création

Suite aux développements prévus du Comedy expliqués dans les chapitres 4 et 5 du présent document, la Municipalité entend soutenir également les intentions de l'organisateur, en particulier pour les volets destinés aux aspects de développement international ainsi que du soutien aux jeunes comédiens (le *Comedy Club*, le *Stand-up*, le *Quartier Comedy Club*).

Comme déjà précisé, le coût de ces développements est estimé à CHF 235'000.- en 2015 pour atteindre CHF 300'000.- en 2017 (cf. budgets en annexe 3).

Toutefois, la Municipalité ne souhaite ni assumer la totalité des charges ni s'engager sur l'ensemble de la durée du projet, partant du principe que le soutien public doit rester une participation qui incite l'organisateur à trouver d'autres sources de financement, en particulier auprès des institutions privées.

---

[11] Le Comedy occupe l'ensemble du 2m2c à l'exception des niveaux A1, A2, A3 et A4 (sauf le Miles Davis Hall).

[12] La Commune assumait un montant de CHF 108'000.- (compte 150.3653.01, ligne Comedy) et la Saison un montant de CHF 57'240.- (compte 150.3653.01, ligne Saison culturelle, 2 dates à CHF 28'620.-).

[13] L'augmentation de CHF 90'000.- est calculée de la manière suivante :
- augmentation des surfaces louées au 2m2c : CHF 30'000.- ;
- prise en charge des deux dates autrefois assumées par la Saison culturelle : CHF 57'240.- ;
- occupation du parking du Lorius : CHF 2'110.-.

La Municipalité vous propose donc d'attribuer une subvention exceptionnelle de CHF 150'000.- destinée au frais artistiques (compte 150.3653.00), sur une durée limitée à deux ans, soit pour 2015 et 2016. Charge ensuite au Comedy de trouver les sources de financement complémentaire pour les années suivantes. Un bilan sera réalisé au printemps 2017 puis transmis à votre Conseil, ce qui permettra une évaluation du développement envisagé, tant sur le plan artistique que sur les aspects financiers, en particulier sur la recherche de partenaires.

La Municipalité vous propose d'utiliser le compte au bilan 9281.180 «provision pour participation à des institutions et/ou des manifestations à caractère public», qui correspond en tous points aux buts de l'événement, pour compenser les CHF 300'000.- de subventions exceptionnelles pour 2015 et 2016.

6.2.1.3 Frais de communication

La Municipalité est convaincue que les nouvelles initiatives du Comedy doivent être accompagnées d'une communication spécifique afin d'atteindre les objectifs attendus. Dès lors, elle vous propose de maintenir le montant de CHF 20'000.-, autrefois alloué par la Saison culturelle, afin de soutenir les efforts de promotion.

6.2.2 Synthèse du soutien communal

Le financement du soutien communal demandé à votre Conseil peut donc se résumer ainsi (CHF) :

Exploitation	**Type**	**2014**	**2015**	**2016**
150.3653.00	Frais de création	100'000.-	100'000.-	100'000.-
150.3653.01	Frais d'occupation du 2m2c	108'000.-	198'000.-	198'000.-
150.3653.08	Aide à la communication	0.-	20'000.-	20'000.-
Total :		**208'000.-**	**318'000.-**	**318'000.-**
Bilan				
9281.180	Subvention exceptionnelle par provision	0.-	150'000.-	150'000.-
Total :		**0.-**	**150'000.-**	**150'000.-**

7 Conséquences financières

Le budget communal 205, tel qu'adopté par votre Conseil lors de sa séance du 3 décembre 2014, laissait apparaître un excédent de charges de CHF 2'307'903.-, ainsi qu'une marge d'autofinancement de CHF 3'605'797.-. L'adoption du présent préavis aura pour effet, sur le budget de fonctionnement, de porter le déficit budgétaire prévisionnel à CHF 2'417'904.-. La marge d'autofinancement sera quant à elle ramenée à un montant de CHF 3'345'797.-.

Enfin, les comptes communaux seront affectés au bilan par le biais d'un prélèvement d'un montant de Fr. 150'000.- par an sur la provision 9281.180 pour les exercices 2015 et 2016, dont le solde disponible au 30 juin 2015 s'élevait à CHF 1'700'350.85 en tenant compte des engagés.

8 Développement durable

8.1 Social

La culture participe à une vie harmonieuse en société : le maintien et le développement de structures culturelles sur Montreux et sa région sont donc essentiels. Mais la culture doit aussi être accessible à des prix abordables, tout en osant se démarquer.

Les collectivités publiques doivent s'engager de manière partenariale, en complément des soutiens privés indispensables, mais en particulier pour assurer les conditions-cadres utiles au développement de la culture au profit de toutes et tous. Enfin, le Montreux Comedy favorise clairement la mixité, tant au niveau des générations qu'au niveau des origines, en particulier par les événements délocalisés et par l'audience mondiale des réseaux sociaux.

8.2 Economique

Les structures culturelles sont aussi des acteurs économiques. Elles « consomment » en commandant diverses prestations à d'autres entreprises, tant dans les secteurs de l'accueil que de la technique. Elles « rapportent » par l'ensemble des dépenses induites par les spectateurs (repas avant ou après le spectacle, nuitée éventuelle, autres achats, etc.), sans parler de leur importante contribution à la promotion générale de Montreux comme ville accueillante, active et de cultures. Cela participe ainsi directement aux autres efforts menés notamment par Montreux-Vevey Tourisme.

8.3 Environnemental

Le fait d'organiser à Montreux des événements culturels de qualité évite aux spectateurs montreusiens de se déplacer trop loin. Par ailleurs, diverses solutions via les transports en commun ont été mises en place tant pour les déplacements des artistes que des spectateurs d'autres régions pour le Festival lui-même, alors qu'une partie non négligeable du Comedy reste, durant toute l'année et sans déplacements, à la portée des internautes.

9 Position de la Municipalité

La Municipalité est convaincue que le Festival est à une étape importante de son évolution. Le soutien proposé par la Municipalité permettra au Festival de se développer à travers le monde, en dehors des pays francophones, et à Montreux de rayonner comme ville de cultures, assurant ainsi une promotion conforme à la politique culturelle adoptée par les Autorités, dans sa qualité et sa diversité.

En soutenant les nouvelles phases de cette évolution, la Municipalité développe non seulement l'offre culturelle régionale, mais elle fait également preuve d'innovation et, nous l'espérons, de catalyseur pour les institutions et les entreprises qui devraient être séduites par ce nouvel élan et venir rejoindre les rangs des « sponsors » du Festival.

Finalement, au-delà des aspects culturels, ce soutien est en cohérence avec la stratégie de Montreux-Vevey Tourisme, qui vise à gagner des parts de marché dans des pays anglophones. L'image de Montreux, ville touristique, multiculturelle et ouverte sur le monde, en sera ainsi renforcée.

10 Conclusions

En conclusion, nous vous prions, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs, de bien vouloir prendre les résolutions suivantes :

LE CONSEIL COMMUNAL DE MONTREUX

vu le préavis No 27/2015 de la Municipalité du 17 juillet 2015 au Conseil communal relatif à l'octroi d'un crédit budgétaire complémentaire de CHF 110'000.- ainsi que d'une subvention exceptionnelle de CHF 150'000.- par an pour 2015 et 2016, à financer par crédit budgétaire complémentaire en 2015 et par le budget ordinaire en 2016, en faveur de la consolidation des développements réalisés par le Montreux Comedy Festival et de son internationalisation

ouï le rapport de la commission chargée d'examiner cette affaire,

considérant que cet objet a été porté à l'ordre du jour,

DECIDE

1. d'autoriser la Municipalité à apporter un soutien complémentaire au Montreux Comedy Festival en octroyant un crédit complémentaire de CHF 110'000.- ainsi qu'une subvention exceptionnelle de CHF 150'000.- par an pour 2015 et 2016 en faveur de Montreux Comedy Festival ;
2. d'allouer en 2015 une subvention complémentaire en faveur du Montreux Comedy Festival d'un montant de CHF 110'000.- ;
3. de voter à cet effet un crédit complémentaire de CHF 110'000.- au budget 2015 sur les comptes suivants :
    a. Compte 150.3653.01 *« Frais de location »* CHF 90'000.-
    b. Compte 150.3653.08 *« Frais de communication »* CHF 20'000.-
4. de porter ces montants au budget 2016 ;
5. d'allouer au Montreux Comedy Festival, en 2015 et en 2016, une subvention exceptionnelle, complémentaire à la subvention existante, d'un montant annuel de CHF 150'000.- ;
6. de voter à cet effet un crédit complémentaire de CHF 150'000.- au budget 2015 sur le compte 150.3653.00 « *Subventions »* ;
7. d'amortir cette dépense par le compte de bilan 9281.180 *« Participation à des institutions et manifestations à caractère public »* et de porter à cet effet au budget 2015 un montant complémentaire de CHF 150'000.- au compte 150.4801 *« Prélèvement à provision »* ;
8. de porter ces montant au budget 2016 ;
9. d'autoriser la Municipalité à signer tous actes ou conventions en rapport avec cet objet.

Ainsi adopté le 17 juillet 2015

AU NOM DE LA MUNICIPALITE

Le syndic Le secrétaire

L. Wehrli L.S. O. Rapin

Annexe(s) : ment.
Délégation municipale : M. Jean-Baptiste Piemontesi, Conseiller municipal

ANNEXE 1 : fréquentation 2007-2014, prévisions 2015-2017

En rouge les chiffres mentionnés dans le préavis No 07/2010, en bleu les chiffres estimés pour les trois prochaines éditions.

			20ème					25ème			
Montreux	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Auditorium Stravinski (1600 p.)	4'500	2'970	4'785	4'800	4'800	4'800	4'800	4'800	6'400	6'400	6'400
- Configuration Gala	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(3)	(4)	(4)	(4)
Auditorium Stravinski (1700 p.)	1'691	1'808	1'700	-	-	-	-	-	-	-	-
- Configuration One man show	(1)	(2)	(1)	*1'700 (1)*							
Comedy Market					1'500 (2 jours) Pas d'estimation						
Autres lieux 2m2c (300 p.)-400 places dès 2012	250 (2)	400 (2)	500 (2)	2'400 (8) *500* (2)	2'100 (7) *1'000* (4)	*1'500* (6)					
Comedy Club by Dorier (2m2c) - 400 places						3'600 (9)	3'600 (9)	4'000 (10)	4'000 (10)	4'000 (10)	4'000 (10)
Stand up club (2m2c) - 100 places							400 (4)	400 (4)	400 (4)	600 (6)	800 (8)
Autres lieux								2'523 (4)	2'523 (4)	3'000 (5)	3'000 (5)
Casino de Montreux (1510 p)	1'308 (1)	-	-	-	-	-			-		
Cinéma Hollywood (246 p.)	-	-	246 (1)	- *246* (1)	246 (1) *492* (2)	1'722 (7) *738* (3)	1'722 (7)	1'230 (5)	1'230 (5)	1'230 (5)	1'722 (6)
Spectacles Montreux :	7	7	7	11 *7*	13 *10*	19 *13*	23	26	27	30	33
Nb. de spectateurs potentiels:*	*8'610*	*8'800*	*7'346*	*7'200* *7346*	*8'646* *8'192*	*10'122* *9'038*	*10'522*	*12'953*	*14'553*	*15'230*	*15'922*
Pourcentage du total (%):	*79.75%*	*79.52%*	*80.44%*	*84.93%* 78.30%	*87.12%* 78.18%	*90.05%* 78.09%	*90.40%*	*99.31%*	*87.73%*	*88.21%*	*88.66%*
Vevey											
Théâtre de Vevey : 758 p.	1'426 (2)	1'230 (2)	1'457 (2)	758 (1) *1'500* (2)	758 (1) *1'500* (2)	758 (1) *1'500* (2)	758 (1)	-	1'516 (2)	1'516 (2)	1'516 (2)
Théâtre de la Grenette : 90 p.	254 (3)	248 (5)	263 (3)	270 (3)	270 (3)	360 (4) *270* (3)	360 (4)	90 (1)	270 (3)	270 (3)	270 (3)
Théâtre de l'Oriental : 100 p.	66 (1)	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	-	-	-	-
Espace Guinguette : 100 p.	263 (3)	92 (3)	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé	Fermé
Cinéma Rex : 250 p.	-	-	-	250 (1)	250 (1) *500* (2)	- *750* (3)	-	-	250 (1)	250 (1)	250 (1)
Spectacles Vevey :	*9*	*10*	*5*	*5* *6*	*5* *7*	*5* *8*	*5*	*1*	*6*	*6*	*6*
Nb. de spectateurs potentiels:*	*2'186*	*2'266*	*1'786*	*1'278* *2'036*	*1'278* *2'286*	*1'118* *2'536*	*1'118*	*90*	*2'036*	*2'036*	*2'036*
Pourcentage du total (%):	*20.25%*	*20.48%*	*19.56%*	*15%*	*12.88%*	*9.95%*	*9.60%*	*1%*	*12.27%*	*11.79%*	*11%*
Total spectacles :	***16***	***17***	***12***	***16*** *13*	***18*** *17*	***21***	***28***	***27***	***33***	***36***	***39***
Total spectateurs potentiels*:	***10'796***	***11'066***	***9'132***	***8'478*** *9'382*	***9'924*** ***10'478***	***11'240*** ***11'574***	***11'640***	***13'043***	***16'589***	***17'266***	***17'958***
Fréquentation réelle :	*9'758*	*6'748*	*8'881*	*8'223*	*9'626*	*10'902*	*11'290*	*12'652*			

* Cette évaluation est basée sur une jauge remplie à 100%; il s'agit donc du public potentiel et non du public attendu.
() nombre de représentation

ANNEXE 2 : comptes détaillés 2011-2014 (CHF TTC)

Intitulé	2011	2012	2013	2014
Nbre de spectacles festival	18	21	28	27
Nbre de spectateurs festival	9'626	10'902	11'290	12'652

RECETTES	2011	2012	2013	2014
- subv. Montreux (prise en charge 2m2c)	65'000	108'000	108'000	108'000
- subv. FSCM (Saison pdt MCF)	40'000	20'000	20'000	20'000
- subv. FSCM (prise en charge 2m2c pdt MCF)	69'640	68'840	68'840	78'840
- subv. Montreux	100'000	100'000	100'000	100'000
- subv. Montreux préavis 24/2011	0	130'000	0	0
- subv. Montreux Parking+soirée officielle	10'130	9'446	2'300	11'870
- subv. Fonds culturel Riviera	100'000	100'000	100'000	100'000
- subv. Vevey	23'000	23'000	18'000	13'000
- subv. Canton de Vaud	80'000	150'000	120'000	100'000
- subventions spéciales "25ème" Fonds Culturel, Ville de Montreux	0	0	0	100'000
- subv. Loterie	80'000	80'000	70'000	60'000
- subv. Taxe de séjour	35'000	35'000	40'000	45'000
- subv. Casino Barrière	40'000	0	0	100'000
- Résultat Saison Culturelle (hors MCF)	0	5'119	-35'815	2'828
- sponsoring	244'779	381'721	495'990	624'765
- apports TSR + Le Matin*	950'000	950'000	950'000	950'000
- billetterie	138'650	294'147	296'849	455'211
- Comedy Club Lausanne	0	5'867	7'360	3'934
- produits divers	46'858	150'170	0	0
- repas de soutien	0	35'354	0	0
- F&B	161'510	127'547	173'153	187'720
- droits TV	95'000	129'800	252'621	270'925
- prêt FET	0	0	100'000	0
- produits financiers	1'908	2'428	2'162	2'730
Total recettes :	***2'281'475***	***2'906'439***	***2'889'459***	***3'334'822***

CHARGES	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
- prestations artistiques	187'192	305'574	233'418	269'016
- accueil artistes	211'109	269'745	307'780	308'121
- frais billetterie	17'534	28'848	23'348	21'722
- communication et publicité	243'180	396'589	426'590	452'481
- web tv	12'306	0	23'034	16'752
- invest. Comedy Club	12'797	10'602	96'724	139'282
- invest. Awards/Comedy Contest	31'316	38'133	26'364	30'086
-Invest. Market/Emmy's	36'400	13'427	0	0
- invest. Cinéma	0	8'550	10'972	10'439
- invest. Contest et soirées anglophones	0	0	52'606	83'731
- invest. Comedy@you	0	0	9'283	18'566
- animation 25ème (Gerra)	0	0	0	154'236
- repas de soutien	0	27'366	0	0
- contreprest. TSR + Le Matin*	950'000	950'000	950'000	950'000
- F&B	79'258	77'285	108'862	137'175
- logistique	62'510	56'353	67'610	136'515
- secrétariat fondation (y compris charges sociales)	20'000	20'000	20'000	20'000
- location salles et infra.	186'735	206'700	207'500	201'840
- technique	36'359	52'488	40'431	52'351
- honoraires production / direction artistique (y compris charges sociales)	100'000	168'015	168'208	187'510
- amortissement FET	0	0	0	22'000
- frais de gestion/admin	30'476	41'954	28'688	36’924
- honoraires fiduciaire	8'279	30'664	30'563	29'685
- loyer bureau	4'019	4'131	16'272	16'200
- TVA	32'007	42'701	35'501	33'150
- charges except/perte change	8'315	483	1'530	6’497
- redressement TVA+IS	0	128'872	0	0
Total charges :	***2'269'790***	***2'878'480***	***2'885'284***	***3'334'279***
Bénéfice/perte :	**11'685**	**27'959**	**4'175**	**543**

* Ces montants sont à titre indicatif. Ils ne figurent pas au bilan, s'agissant d'un échange de prestation

ANNEXE 3 : budgets détaillés 2015-2017 (CHF TTC)

Intitulé	2015	2016	2017
Nombre de spectacles	33	36	39
Nombre de spectateurs*	16'589	17'266	17'958

* basé sur une jauge remplie à 100%, il s'agit donc du public potentiel et non du public attendu

RECETTES	2015	2016	2017
- subv. Montreux (2m2c)	307'800.00	307'800.00	307'800.00
- subv. Montreux (artistique)	150'000.00	150'000.00	150'000.00
- subv. Montreux (communication)	20'000.00	20'000.00	20'000.00
- subv. Montreux (utilisation DP)	2'110.00	2'110.00	2'110.00
- subv. Montreux (apéritif officiel)	4'000.00	4'000.00	4'000.00
- subv. Fonds culturel Riviera	100'000.00	100'000.00	100'000.00
- subv. Loterie	70'000.00	80'000.00	90'000.00
- subv. Taxe de séjour	45'000.00	60'000.00	70'000.00
- subv. Casino Barrière/autres	0	0	50'000.00
- subv. Vevey	10'000.00	10'000.00	10'000.00
- nouvelles recettes (Présence Suisse, Sommet de l'humour, Pro Helvetia, divers)	120'000.00	100'000.00	80'000.00
- sponsoring	585'000.00	655'000.00	705'000.00
- billetterie	287'320.00	300'000.00	320'000.00
- F&B	182'760.00	185'000.00	185'000.00
- droits TV	270'000.00	200'000.00	125'000.00
- apports TSR + Le Matin	950'000.00	950'000.00	950'000.00
Total recettes :	***3'103'990.00***	***3'123'910.00***	***3'168'910.00***

CHARGES	2015	2016	2017
- prestations artistiques	-270'000.00	-270'000.00	-270'000.00
- accueil artistes	-300'000.00	-300'000.00	-300'000.00
- frais billetterie	-15'000.00	-15'000.00	-15'000.00
- communication et publicité	-365'000.00	-365'000.00	-365'000.00
- web tv	-20'000.00	-20'000.00	-20'000.00
- Nouvelles initiatives (Comedy Club, Comedy@you, Volet cinéma, Stand up Club, Jokenation, autres projets)	-235'000.00	-255'000.00	-300'000.00
- contreprestation TSR + Le Matin	-950'000.00	-950'000.00	-950'000.00
- F&B (sponsoring, hospitality)	-130'000.00	-130'000.00	-130'000.00
- logistique	-143'000.00	-143'000.00	-143'000.00
- secrétariat fondation (y compris charges sociales)	-20'000.00	-20'000.00	-20'000.00

- location salles et infrastructures	-293'040.00	-293'040.00	-293'040.00
- technique	-50'000.00	-50'000.00	-50'000.00
- honoraires production / secrétariat général (y compris charges sociales)	-190'000.00	-190'000.00	-190'000.00
- Remboursement prêt FET	-20'000.00	-20'000.00	-20'000.00
- frais de gestion/production	-80'000.00	-80'000.00	-80'000.00
- TVA	-28'000.00	-28'000.00	-28'000.00
Total charges :	***-3'109'040.00***	***-3'129'040.00***	***-3'174'040.00***
Bénéfice/perte	**-5'050.00**	**-5'130.00**	**-5'130.00**

ANNEXE 4 : membres de la Fondation et équipe du Festival

La composition au 01.01.15 du Conseil de Fondation est la suivante (tous les membres le sont à titre bénévole) :

- Irina Gote, présidente de la fondation ;
- Grégoire Furrer, président du festival-fondateur ;
- Pierre-André Spahn, secrétaire ;
- Anne-Céline Jost, trésorière ;
- Fathi Derder, membre ;
- Jean-Baptiste Piemontesi, membre (représentant de la Commune).

Le Festival est organisé par une équipe professionnelle, composée au 1er janvier 2015 de la manière suivante :

- *Grégoire Furrer, président fondateur et directeur artistique ;
- Chloée Coqterre Bernier, directrice générale des productions et des contenus ;
- *Nathalie Rapin-Pezzoli, directrice administrative et financière ;
- Aline Méan, directrice de la communication ;
- Jean-Luc Barbezat, directeur artistique en Suisse ;
- *Yann Renoard, producteur artistique ;
- Aude Galliou, programmatrice artistique ;
- *Charlotte Jacques Leflaive, chargée de production artistique ;
- Carolina Arriaga, chargée de production à l'international ;
- *Marc-André Brunet, responsable des productions TV ;
- Sébastien Corthésy, scouting jeunes talents ;
- Jean-Christophe Parant, responsable projets WEB ;
- Karine Lamon, rédactrice blog ;
- Katia Staehli, responsable relations médias ;
- *Grégory Zavialoff, business developper
- Vanessa Lixon, responsable des partenariats ;
- Fabrice Faivre, directeur technique ;
- Sarah Gumy, responsable accueil ;
- Capucine Pillevuit, assistante administrative et coordinatrice logistique ;
- Murat Opan, responsable F&B ;
- Responsable billetterie.

*Nb : la Fondation n'a pas de salariés. Elle rémunère exclusivement sous forme de mandat. Les postes marqués d'un * sont pris en charge par GFP SA uniquement.*

L'équipe est dirigée par un conseil de direction qui se réfère à M. Grégoire Furrer, président-fondateur du Festival, qui se réfère ensuite au Conseil de fondation.

Le conseil de direction est composé de Chloée Coqterre, Aline Méan, Grégory Zavialoff et Nathalie Rapin Pezzoli.

La ventilation du personnel fixe pour l'édition 2014 était la suivante :

Poste	Nbre personne/taux d'occupation	Festival	Hors Festival (@you, contest)
Direction générale*	1 – 0.6	0.4	0.2
Direction des productions et des contenus	1 – 0.6	0.2	0.4
Direction administrative et financière*	1 – 0.6	0.5	0.1
Direction communication	1 – 0.4	0.3	0.1
Production/Artistique*	6 – 2.45	1.3	1.15
Production TV*	4 – 0.9	0.7	0.2
Presse/communication/community management	5 – 1.9	1.55	0.35
Sponsoring/marketing*	2 – 0.6	0.45	0.15
Technique/Logistique	3 – 0.8	0.65	0.15
Accueil/F&B	5 – 1.20	0.9	0.3
Billetterie	1 – 0.2	0.15	0.05
Comptable	1 – 0.2	0.15	0.05
Administration*	1 – 0.1	0.08	0.02
TOTAL	32 – 10.55	7.33	3.22

** tout ou partie des rémunérations sont payées par GFP SA et non par la Fondation du Festival du Rire de Montreux.*

NB1 : Les montants sans l'astérisque sont payés par la Fondation sous forme de mandats.

NB2 : ceci ne prend pas en compte le personnel auxiliaire employé uniquement pendant la période du Festival (genre : RTS, hôtes/hôtesses, metteurs en scène, graphiste, photographe, traducteur, chauffeurs, équipes technique et logistique, assistants divers, personnel F&B, etc.).

Total des mandats (yc honoraires d'organisation) répartis d'après la provenance du personnel :

En CHF	**2011**		**2012**		**2013**		**2014**	
Mandats en Suisse	178'167	53%	259'912	61%	284'112	62%	445'244	71%
Mandats en France	143'211	43%	151'564	36%	156'072	34%	160'869	26%
Mandats internationaux	15'492	5%	14'585	3%	14'585	3%	23'920	4%
Total	336'870	100%	426'061	100%	454'769	100%	630'034	100%