

# CINÉMA INDÉPENDANT ROMAND — 04

## RAPPORT D'ACTIVITÉ

► 27 MARS 2025

Nous tenons à exprimer notre gratitude à l'ensemble de nos partenaires qui ont contribué à faire de cette 4e édition de CINDROM un véritable succès. Grâce à votre soutien, nous avons pu proposer une programmation riche, accessible et conviviale et renforcer l'ancrage culturel de l'événement.

Nous espérons poursuivre cette belle collaboration et continuer à faire vivre et grandir CINDROM et le cinéma indépendant en général.

### OBJECTIFS

CINDROM vise à soutenir le cinéma indépendant en offrant une plateforme de diffusion et rencontre aux jeunes cinéastes indépendant-es, étudiant-es et amateur-ices de Suisse romande.

En valorisant des films indépendants réalisés avec des moyens limités et en récompensant les œuvres les plus marquantes, nous espérons contribuer à faire grandir le cinéma local.

Finalement, le but est de rendre ces films visibles et accessibles au plus grand nombre et en particulier les jeunes, dont le budget alloué à la culture est souvent réduit.

### CHIFFRES CLÉS

- 300 spectateur.ices, capacité maximale de la salle
- 100% des billets vendus, 3 jours avant l'événement
- + 35% de spectateur.ices par rapport à 2024
- 225 boissons distribuées
- 22'000 personnes touchées sur Instagram (01 — 04.2025)
- 2'151 visites uniques sur la page web de l'événement (01 — 04.2025)
- 63 court-métrages inscrits et soumis à sélection
- 12 court-métrages sélectionnés et projetés
- 11 membres bénévoles BATCAM mobilisé.es

### RÉSULTATS ET IMPACTS

#### Fréquentation et public

Cette édition, CINDROM a accueilli 300 spectateur-ices, remplissant à sa capacité maximale la plus grande salle du Cinétoile de Prilly-Malley (VD). Cela représente une augmentation de la fréquentation de +35% par rapport à l'édition 2024. La billetterie était *sold out* le 24 mars, soit trois jours avant l'événement.

Cette édition a rassemblé un large public venu de toute la Suisse romande, témoignant de l'intérêt grandissant pour le cinéma indépendant romand et confirmant son rayonnement bien au-delà des centres urbains et de la région lausannoise.

Cette diversité s'est également retrouvée dans les tranches d'âge : bien

que les jeunes étaient particulièrement présent-es, l'événement a réuni des personnes de tous les âges, créant ainsi un espace de dialogue et d'échange intergénérationnel.

Un élément marquant est que la grande majorité des spectateur·ices présent-es n'exercent pas d'activité dans le domaine de l'audiovisuel. Cela souligne l'accessibilité de l'événement et son rôle dans la découverte du cinéma indépendant au-delà des cercles professionnels habituels.

Le niveau de satisfaction global du public envers l'événement est excellent — que ce soit en termes d'organisation pratique, ses intentions et son contenu. Tous les spectateur·ices interrogé·es déclarent vouloir assister à la prochaine édition.

### **Visibilité et communication**

La stratégie de communication digitale a été essentielle pour assurer la visibilité de l'événement et mobiliser notre public cible. Notre campagne s'est notamment articulée autour des réseaux sociaux, principalement Instagram et LinkedIn. Instagram est la plateforme privilégiée par notre public de jeunes, sensibles à la création audiovisuelle. Cette année, nous avons enregistré un *reach* de plus de 25'000 et un gain d'environ 250 abonné·es depuis Janvier 2025 (+ 45%).

Nous avons alimenté nos réseaux par des *Reels* dynamiques en mettant en avant les coulisses de l'édition, les films sélectionnés et le film d'ouverture produit en partie par l'association. Pour renforcer la portée de nos publications, nous avons utilisé la fonction de *boost* sur Instagram qui nous a permis de

toucher plus de 20'000 utilisateur·rices. Cette communication digitale a permis de valoriser le travail des jeunes cinéastes et de renforcer l'image dynamique de l'association.

Outre les réseaux sociaux, notre association a également organisé comme chaque année une campagne d'affichage dans Lausanne et environs. Ces affiches, collées sur des emplacements d'affichages libres, ont notamment été posées dans des quartiers d'affluence (Flon, gare, St-François, etc) et ont permis de promouvoir l'événement physiquement à une échelle locale. L'association a pu profiter d'une promotion diffusée dans les transports publics lausannois, grâce au soutien de la Ville de Prilly. Côté presse, l'événement a également été mis en avant par la Ville de Lausanne dans son agenda culturel ainsi que dans le journal communal de la Ville de Prilly.

Nouveauté cette année : nous avons filmé durant l'édition plusieurs interviews avec les réalisateur·rices. Ces interviews seront prochainement éditées et publiées sur nos réseaux sociaux, prolongeant ainsi l'impact de l'événement au-delà de la soirée elle-même. Ce format, en phase avec les tendances actuelles des réseaux sociaux, prônant l'authenticité et la prise de parole directe, vise à renforcer le lien avec notre public tout en valorisant les parcours individuels des talents émergents.

### **Programmation**

Douze court-métrages réalisés par de jeunes réalisateur·ices originaires d'une variété de cantons romands ont été projetés. Allant de la fiction, au

documentaire, à l'animation et à l'essai, ils représentaient la richesse et la diversité du cinéma indépendant romand.

Les deux films récompensés par le public lors de cette édition (disponibles sur notre site) sont :

1. **PROPRE À DAVID**, de Esteban Sandoz  
*Portrait documentaire, 2024, 12'*  
À Préverenges, David a transformé la déchetterie en un lieu de rencontres et de solidarité.
2. **POONG**, de Robin Szymczak, Laurent Rohrbasser & Vinh Nguyen  
*Fiction d'animation, 2024, 2'*  
Un coup manqué, une balle de ping-pong, et une aventure improbable commence.

Les prix décernés et leur contenu ont été pensés pour aller au-delà de la simple reconnaissance de leur talents et permettront aux lauréat·es de réinvestir directement dans leurs futurs projets cinématographiques et ainsi contribuer au développement du cinéma local « à sa base ».

L'introduction des interviews filmées de chacun·e des réalisateur·ices sélectionné·es et leurs équipes et la mise en place d'une séance de questions—réponses avec les lauréat·es à l'issue de la projection a été très appréciée du public et des réalisateur·ices.

### Budget : vue d'ensemble

<b>Dépenses</b>	<b>4'438 CHF</b>
Location du lieu et technique	1'038 CHF
Communication et diffusion	500 CHF
Gestion, réception et logistique	1'400 CHF
Prix du public	1'500 CHF
<b>Revenus et financements</b>	<b>6'006 CHF</b>
Billetterie	2'406 CHF
Sponsoring	3'100 CHF
Subvention (Ville de Prilly)	500 CHF
<b>Bénéfices</b>	<b>1'568 CHF</b>

Les bénéfices engendrés par la CINDROM sont réinjectés dans les activités courantes de l'association : la production de court-métrages, l'aide humaine, financière et matérielle aux jeunes cinéastes émergent·es romand·es, ainsi que l'organisation de projections, ateliers et autres événements publics de promotion du cinéma indépendant romand auprès du grand public.

### CONTACT

Julie Holliger | directrice & responsable sponsoring de l'édition 2025  
julie.holliger@batcam.org | 076 481 31 79

**CINDROM 2025 EN IMAGES** © Kilian Aiello © Quentin Devaud