

Événementiel

# TV OFF

Un concept créé PAR des jeunes, POUR les jeunes !

Rapport d'activité

### Résumé

Notre concept en bref...

Notre concept s'articule autour de la musique **urbaine** (Hip-hop, Latino, Afro...), tout en intégrant des morceaux plus **mainstream** selon les tendances du moment.

La première édition s'est tenue le 10.05.2025 à l'Amalgame, salle de concert d'**Yverdon-les-Bains**.

Ce soir là nous avons réuni plus de **330** jeunes âgés de **16 à 20** ans, venus non seulement de la **région**, mais aussi de villes comme **Lausanne, Vevey, Martigny** où **l'offre événementielle** y est pourtant plus **développée**.

Ce premier **succès** témoigne d'une véritable **demande locale** et régionale pour ce type d'événement.

## Programmation

---

### Au programme :

- **Show de danse hip-hop par un groupe de filles du gymnase d'Yverdon.**
- **Photo Booth mis à disposition pour permettre aux gens d'immortaliser le moment et repartir avec un souvenir.**
- **DJ Lych en guest.**

Ces choix ont permis d'enrichir l'expérience, de mettre en valeur des artistes locaux, et d'offrir une programmation unique et originale.





## Qui sommes nous ?

- **Deux jeunes Yverdonnois, mais avant tout... 2 amis.**

Rencontrés au gymnase, nous nous sommes rapidement découvert une passion commune pour le mix et l'entrepreneuriat.

Aujourd'hui, après avoir acquis de l'expérience dans plusieurs clubs différents et lors d'événements privés, nous avons décidé de lancer notre propre concept.

**Anthony Haas**

**Ramiz Memic**

# Notre vision

## Court - moyen terme

Notre but est d'animer la vie nocturne des jeunes de la région. Et de créer une expérience authentique qui laissera des souvenirs ancrés dans l'esprit de nos clients.

Par la suite nous souhaitons nous exporter dans toute la suisse romande.

## Longt terme

À long terme, notre objectif est clair... Organiser un festival à Yverdon-les-Bains, capable d'attirer des artistes reconnus et un public venu de toute la Suisse.

Nous avons à coeur de proposer à notre public un événement digne de ce nom !



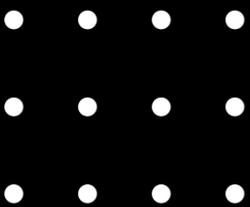
# L'AMALGAME

## TV OFF - MUSIC ON

### Notre slogan...

Ce slogan incarne **notre vision** : inciter les gens à **éteindre** leurs écrans pour se **rassembler** et partager un moment autour d'une passion commune... **la musique** !

En effet il nous tient à coeur que les jeunes puissent avoir un endroit où **s'évader**, oublier les **problèmes** du quotidien, **s'amuser** entre amis mais aussi faire des **rencontres**. Pour nous ainsi que pour de nombreux jeunes c'est un endroit comme ça qui **manquait à notre ville**.



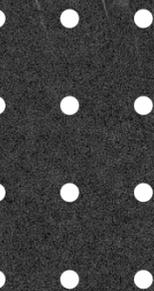
## Déroulement du projet

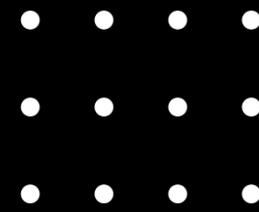
Comment avons-nous organisé cette première soirée ?

---

**Nous allons expliquer cela en 3 points :**

- **Stratégie de communication et promotion**
- **Budget & retour sur investissement**
- **Résultat & retour d'expérience**



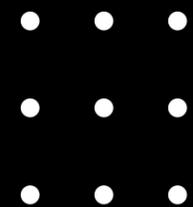


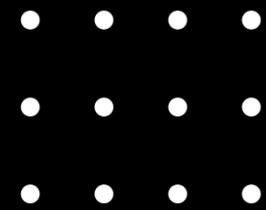
## Stratégie de communication & promotion

- **Lancement du compte Instagram**

Pour créer une communauté et générer de l'engagement, nous avons organisé un concours Instagram en partenariat avec des commerces locaux.

- **CHF 450.- de lots offerts**
- **Conditions : partager en story + commenter**
- **Résultat : +23'000 vues sur la publication principale**



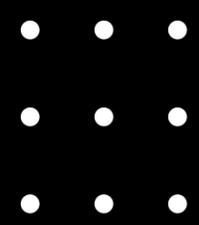


## Stratégie de communication & promotion

- Posts et vidéos de promotion

Nous avons ensuite alimenté le compte de manière régulière avec des **posts/storys/vidéos** afin de tenir **informé** notre audience.

Que ce soit des informations sur le **programme** de la soirée, sur la vente des **tickets** ou encore la **line up DJ** nous avons toujours fait en sorte de poster un contenu **engageant** et **tape à l'oeil** afin de marquer les esprits avec une forte **identité visuelle**.



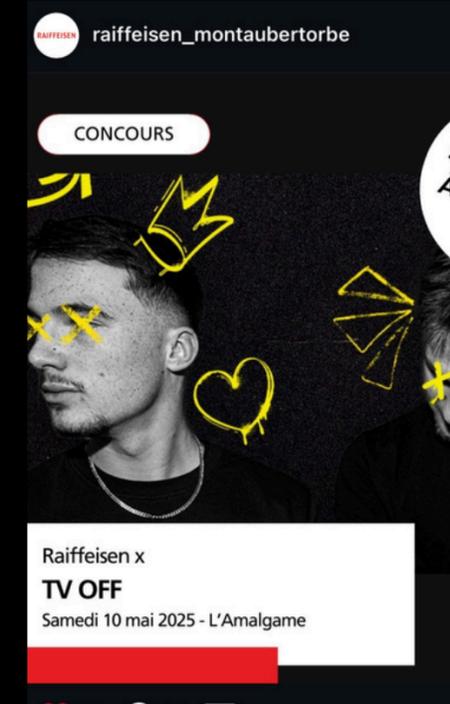
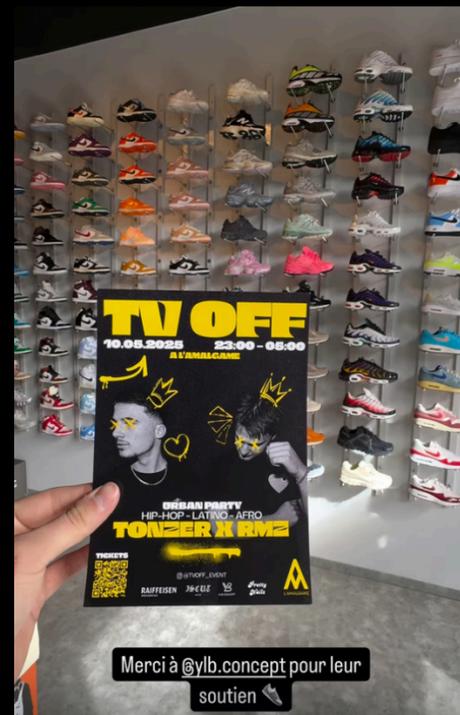
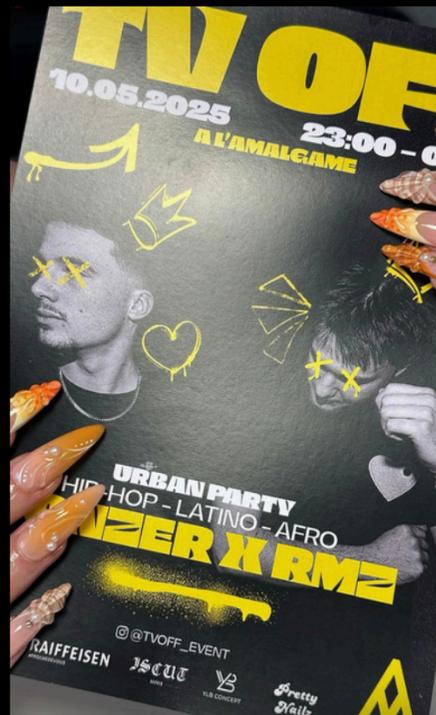
# Stratégie de communication & promotion

- **Flyers et affiches**

Comme moyen de promotion nous avons aussi imprimé des **flyer** et **affiches** que nous avons distribués un peu partout en privilégiant des **lieux stratégiques** fréquentés par des jeunes (notre public cible), comme le **gymnase** d'Yverdon par exemple.

Nous avons aussi utilisé des groupes **WhatsApp** afin d'augmenter notre portée, créer un engouement mais surtout pour garder une proximité et un canal de communication plus direct avec les gens.





## Stratégie de communication & promotion

- Collaborations & sponsors

Sur l'affiche précédente vous aurez remarqué les **4 logos** de nos **partenaires** et **sponsors**. En effet nous avons collaboré avec des **commerçants** locaux qui proposent des produits/services **attrayants** pour les **jeunes**.

Nous avons aussi eu la chance de trouver un **sponsor** : la Raiffeisen de Mont-Aubert Orbe. En échange d'une aide financière nous avons fait la promotion de leur enseigne sur nos **réseaux** et aussi lors de la soirée, avec un oriflamme.

# Stratégie de communication & promotion

- **Publicité médiatique**

Enfin nous avons fait un **article** dans le **journal**.

Cet article avait pour but de nous faire connaître à un maximum de gens mais surtout de marquer le début de notre aventure avec **TV OFF**.

Il a été publié dans le tout ménage de **La Région** le 08.10.2025 et il nous a permis **d'élargir** encore une fois notre **spectre** de visibilité en touchant un **public** aussi différent, comme les **parents** de jeunes qui pouvaient leur **relayer** les informations de l'événement.



À g. Anthony Haas et à dr. Ramiz Memic mixent et remixent des sons au style urbain pour faire danser leur public. Salem Memic

## « Pour faire bouger Yverdon »

**ÉVÈNEMENT** Les deux jeunes prodiges des platines originaires du Nord vaudois, Anthony Haas et Ramiz Memic, préparent leur soirée «TV OFF» à L'Amalgame. Une soirée pour les jeunes, par les jeunes.

«TV OFF», littéralement *Télévision éteinte*, est un concept de soirée qui incite les jeunes à «se détacher des écrans, à se retrouver et à vivre l'instant présent», comme l'explique Anthony Haas, alias TONZER. Il n'est pas seul à l'origine de ce projet. Avec lui, il y a aussi Ramiz Memic, alias RMZ, son ami qu'il a rencontré sur les bancs du Gymnase d'Yverdon. C'est là que le Grandsonnois et l'Yverdonnois se découvrent une passion commune pour le mixage.

Chacun de leur côté ou ensemble, les deux acolytes de 19 ans se font progressivement une place dans le milieu de la nuit vaudois, notamment au MAD à Lausanne et au Millésime à Montreux. Forts de leur expérience sur les rives du Léman, les deux compères souhaitent aujourd'hui amener leur style urbain très apprécié des jeunes, qui mêle sonorités hip-hop, latino et afro, dans leur Nord vaudois natal. «Pour faire bouger Yverdon», d'une part. Mais aussi car: «On a remarqué que notre

génération, qui a vécu le Covid, a de la peine à se déconnecter des écrans. On a voulu créer ce concept de soirée pour que les jeunes puissent se reconnecter aux autres», confie Anthony Haas.

Et la première édition arrive bientôt. Ça se passera le 10 mai à l'Amalgame, avec qui ils sont en partenariat. Ce soir-là, un groupe de danseuses du Gymnase d'Yverdon se produiront, car les deux DJ ont «à cœur de mettre en avant les jeunes de la ville». Cerise sur le gâteau, leur ami DJ LYCH sera également présent pour animer une session. • **Maude Benoit**

### INFOS PRATIQUES

**Prochaine date:** 10 mai 2025, à l'Amalgame, Yverdon-les-Bains, de 23h à 5h

**Infos billet sur**

**Instagram:** @TVOFF\_EVENT ou

**Site de l'Amalgame:** [www.amalgameclub.ch](http://www.amalgameclub.ch)

# Budget & retour sur investissement

Pour ce premier événements nous avons dépensé sans regarder le portefeuille mais en faisant attention à rester rentable.

## Dépenses

- Communication (flyers, affiches, concours)
- Décoration et ambiance (ballons, confettis, néon personnalisé, bracelets)
- Paiement du Staff et repas
- Bâches imprimées et T-shirts (pour un branding visuel fort)

## Pourquoi ?

Pourquoi avons-nous choisi d'investir sans retenue dans notre premier événement, là où d'autres auraient compté chaque centime ?

Tout simplement parce qu'il était essentiel pour nous d'apporter une véritable valeur ajoutée à cette soirée. Ces investissements nous ont permis de financer la décoration, les invités spéciaux, et bien plus encore. Nous avons même pu organiser un repas avec toute l'équipe pour les remercier chaleureusement de leur engagement.

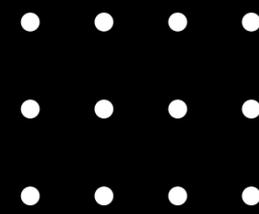
# Budget & retour sur investissement

## Description

Grâce au **sponsor** nous avons pu investir dans la **DA** de notre soirée sans compter. Nous avons eu **beaucoup de dépenses** étant donné que c'était la **première édition** il nous a fallu tout commander (T-shirts, Bâches, déco etc.) Pour les **prochaines** fois nous aurons **moins de frais** car nous possédons déjà les éléments de décorations. Nous comptons aussi **augmenter** le prix des tickets de **50%** pour passer de CHF 10.- à 15.- ce qui reste très **abordable** pour des jeunes.

Nous avons aussi commandé un **néon** représentant **notre logo** et censé amener notre DA à un niveau encore supérieur le jour de l'événement mais **malheureusement** il n'est **pas arrivé** à temps. C'était de **notre faute** nous ne nous y sommes pas pris à l'avance.

Malgré ça nous avons su **rebondir** et avons acheté des ballons en forme de lettre pour **recréer** notre propre logo. (voir p.7)



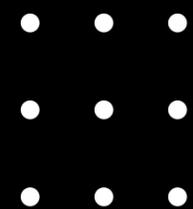
## Résultats & retour d'expérience

---

**Pour nous cette première soirée a largement atteint nos attentes en termes d'ambiance et de public. Nous nous étions fixés comme objectif de vendre l'entièreté des tickets avant le jour de la soirée. Objectif atteint !**

**Nous n'avons rencontré aucun problème opérationnel durant la soirée, le personnel de sécurité nous a rapporté avoir dû sortir une seule personne car celle-ci a refusé de payer une bière. La personne concernée avait plus de 25 ans, elle ne faisait donc pas partie de notre public attendu, ce qui prouve le respect des jeunes pour notre événement ainsi que le staff et l'organisation.**

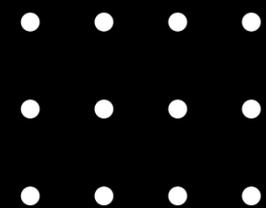
**Cette personne ne représentait en aucun cas les valeurs de notre événement. Nous savions aussi que nos clients étaient tout autant impliqués que respectueux envers notre projet, le staff et le lieu d'accueil de notre soirée.**



10 MAI À 17:29

Salut l'équipe! Petite question y'a vraiment aucun moyen de se choper un billet pour ce soir c'est complètement sold out ?

Hello hello malheureusement non il n'y a plus aucun ticket



11 MAI À 10:13

Merci encore pour la soirée de hier, ça faisait longtemps que j'avais pas autant kiffé une soirée, vivement la partie 2 et ça sera encore plus méchant 🔥🔥🔥



A répondu à votre story



Sl't vous auriez pas une place en + à vendre par hasard ?

10 MAI À 13:34

Salut poto malheureusement pas tout est vendu !

On se voit à la prochaine édition !!



A répondu à votre story



Salut ! J'ai vu que l'événement est complet, mais je voulais savoir s'il restait éventuellement une dernière place disponible ? Ce serait vraiment top ! Merci beaucoup d'avance !

10 MAI À 11:41

Bonjour, j'ai une question, c'est possible encore d'avoir 1-2 billet max ou pas du tout ?

\_leowithahoodie 15 min



**Quelqu'un à une place pour TV OFF ce soir à l'Amalgame à vendre ?**



## Perspectives et prochaines étapes

### Prochain événement :

🎃 Soirée Halloween le 25 octobre 2025 à Yverdon – déguisement obligatoire

### Calendrier prévisionnel :

📅 4 dates prévues entre fin 2025 et début 2026 à L'Amalgame.

### Vision long terme :

🎵 Festival d'été 2026/2027 à Yverdon-les-Bains.

- Scène ouverte aux artistes locaux
- Tête d'affiche rap francophone en fin de soirée
- Promotion de la ville, rayonnement régional



**TV OFF**

**MUSIC - ON**

**MERCI!**