

2025, UN NOUVEL ÉLAN

BILAN 2025

« Bringuier, fenêtre ouverte et le coude sur la portière, conduit son nouveau véhicule avec une parfaite maîtrise des différents plans sonores, alliant à l'humour intrinsèque de la partition une réelle dose de sensualité qui fait merveille. »

NICOLAS BLANMONT, LA LIBRE

Critique du concert « Un Américain à Paris » de l'OPRL et Lionel Bringuier, son nouveau Directeur musical

SYNTHÈSE DU BILAN ANNUEL 2025

Un nouvel élan pour l'OPRL
P. 1

Des publics plus nombreux et plus diversifiés
P. 2

La jeunesse au cœur du projet
P. 3

Une structure musicale ouverte sur la société
P. 4

Une nouvelle image, une nouvelle dynamique
P. 5

Une institution solide, attentive à ses équipes, qui diversifie ses ressources
P. 6

RETOUR SUR 10 ANS DE PARCOURS DES NOUVEAUX SPECTATEURS
PP. 7-12

UN NOUVEL ÉLAN POUR L'OPRL

Avec le départ de Gergely Madaras et l'arrivée de Lionel Bringuier, l'année 2025 marque une nouvelle étape dans l'histoire récente de l'Orchestre Philharmonique Royal de Liège (OPRL). Cette transition s'accompagne d'une activité artistique soutenue, de nouveaux formats de concerts et d'une présence renforcée sur la scène internationale.

257

activités organisées

Concerts, ateliers pédagogiques, visites et événements ont rythmé cette année charnière pour l'Orchestre.

194 CONCERTS

Soit une progression de 13 % par rapport à 2024, confirmant le dynamisme artistique de l'institution.

2/3

des concerts assurés par l'OPRL

L'Orchestre demeure au cœur de la programmation tout en accueillant de nombreux artistes et ensembles invités.

38 %

de concerts consacrés au grand répertoire symphonique

Le grand répertoire reste le pilier du projet artistique, aux côtés des formats découverts et scolaires.

TEMPS FORTS

LIONEL BRINGUIER PREND SES FONCTIONS

Une quinzaine d'ouverture exceptionnelle et plusieurs concerts prestigieux ont accompagné l'arrivée du nouveau Directeur musical.

GERGELY MADARAS, UN FINAL À SON IMÁGE

Le mandat de Gergely Madaras s'est terminé en beauté par un OPRL+ Musicals et un enregistrement de son compatriote Liszt.

LANCEMENT DES « NOUVEAUX CLASSIQUES »

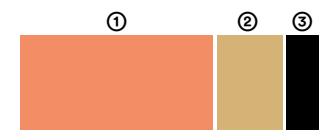
Une nouvelle série consacrée aux artistes qui réinventent les codes de la musique classique.

RAYONNEMENT INTERNATIONAL

Invité aux prestigieux Concertgebouw d'Amsterdam et Kissinger Sommer (Allemagne), l'OPRL poursuit son développement sur les grandes scènes européennes.

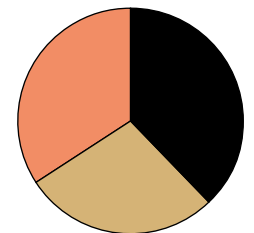
194 CONCERTS

Répartition par type de formation



- ① 66 % orchestre
- ② 24 % musique de chambre
- ③ 10 % artistes invités

Répartition par public-cible



- 38 % Grand répertoire (symphonique)
- 28 % Découverte
- 34 % Scolaire

DES PUBLICS PLUS NOMBREUX ET PLUS DIVERSIFIÉS

L'OPRL poursuit sa dynamique de croissance tout en diversifiant ses publics. La fréquentation de la Salle Philharmonique progresse de 9 %, le nombre d'acheteurs et d'abonnés augmente et le rajeunissement observé ces dernières années se confirme. Avec près de 74 000 spectateurs à Liège et près de 10 500 acheteurs, l'Orchestre confirme son succès et conserve un fort ancrage local.

108 000

spectateurs et participants
Concerts, ateliers pédagogiques, visites et événements ont rassemblé un public nombreux tout au long de l'année, à Liège, en Belgique et à l'étranger.

106 000

spectateurs aux concerts
L'activité artistique demeure le cœur de la fréquentation de l'OPRL.

+5,4% D'ACHETEURS

Le nombre de spectateurs ayant acheté au moins un billet poursuit sa progression.

+3,9% D'ABONNÉS

La fidélité du public reste un atout majeur de l'Orchestre.

30-39 ANS

première tranche d'âge représentée parmi les acheteurs
Pour la première fois, elle devance désormais les 40-49 ans.



13% des acheteurs ont entre 20 et 29 ans.
La présence des jeunes adultes continue de progresser au sein du public.

48 ANS

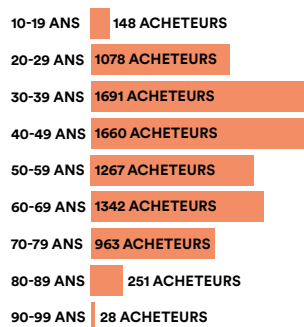
d'âge moyen
Une moyenne en baisse régulière qui confirme le rajeunissement progressif du public.



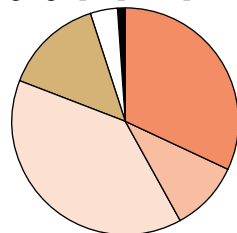
81% des spectateurs sont issus de la Province de Liège
Un fort ancrage territorial qui témoigne de l'attachement du public à la Salle Philharmonique.

Âge des acheteurs de tickets

Dates de naissance connues



Répartition géographique du public



- 32% Liège (centre)
- 10% Liège (périphérie)
- 39% Province de Liège
- 14% autres provinces
- 4% pays limitrophes
- 1% autres pays

LA JEUNESSE AU CŒUR DU PROJET

De la petite enfance aux études supérieures, l'OPRL multiplie les portes d'entrée vers la musique symphonique. À la Salle Philharmonique comme dans les établissements scolaires, son action pédagogique continue de se développer à travers toute la Fédération Wallonie-Bruxelles.

52%

des concerts consacrés aux jeunes publics
Plus d'un concert sur deux s'adresse aux enfants, aux familles ou aux publics scolaires.



15 000 participants aux activités pédagogiques
Concerts scolaires, ateliers et projets participatifs ont touché un nombre record d'enfants et d'adolescents.

+28%

de participants aux activités pédagogiques
Une progression significative qui confirme l'attractivité croissante des projets éducatifs de l'OPRL.

74 concerts et ateliers scolaires
Organisés à Liège et dans toute la Fédération Wallonie-Bruxelles.

TEMPS FORTS

SYMPHOKIDS VOIT PLUS GRAND

Le festival dédié aux familles poursuit son développement avec une programmation sur 2 journées et des propositions adaptées à tous les âges.

UNE PRÉSENCE DANS TOUTE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

Les concerts scolaires en déplacement permettent à l'OPRL de toucher des élèves bien au-delà de la région liégeoise.

L'ORCHESTRE À LA PORTÉE DES ENFANTS

Devenu la véritable signature de l'OPRL et des Jeunesses Musicales, le rendez-vous incontournable des familles continue d'attirer plusieurs milliers de spectateurs chaque saison.

Répartition des 194 concerts par public



- ① 38% Tout public
- ② 8% Découverte
- ③ 18% Jeune public et famille
- ④ 34% Public scolaire et projets pédagogiques
- ⑤ 2% Public conservatoire

Une action complémentaire sur le territoire

Concerts scolaires à Liège



80% des élèves résident à moins de 30 km

Concerts scolaires en déplacement



80% des élèves résident à plus de 30 km

Deux graphiques miroir mettant en évidence la complémentarité entre l'action locale et le rayonnement territorial de l'OPRL.

UNE STRUCTURE MUSICALE OUVERTE SUR LA SOCIÉTÉ

Au-delà de sa mission artistique, l'OPRL développe des projets qui favorisent la rencontre, la participation et l'inclusion. À travers des initiatives citoyennes, sociales ou environnementales, la structure affirme son rôle d'actrice engagée au cœur de la société.

300 ENFANTS

sur la scène de l'OPRL

Le projet El Sistema Liège, mené avec ReMuA, permet à des centaines de jeunes de découvrir gratuitement et collectivement la pratique orchestrale et chorale.

140

adolescents impliqués dans « Ode aux lendemains »

Un projet participatif d'envergure donnant la parole aux jeunes à travers la musique, avec l'OPRL.

L'OPRL, UN CENTRE SCÉNIQUE

Accueil de *Li R'vindje di l'Âbe* (*La Revanche de l'arbre*), un spectacle choral et symphonique de Patrick Leterme autour du patrimoine et de l'écologie, inspiré du poète wallon Henri Simon.

TEMPS FORTS



ODE AUX LENDEMAINS

Un projet participatif réunissant des adolescents autour de leurs visions et aspirations pour le monde de demain dans le cadre des 85 ans des Jeunesses Musicales.



EL SISTE/MA LIÈGE

Chaque année, plusieurs centaines d'enfants découvrent la pratique collective de la musique grâce à ce programme d'inclusion par l'art.



GALA ANNUEL DE LA FONDATION IHSANE JARFI

Une collaboration qui met en lumière les valeurs de respect, d'ouverture et de lutte contre les discriminations.



AMAZÔNIA

Un projet associant musique, photographie et sensibilisation aux enjeux environnementaux contemporains.

UNE NOUVELLE IMAGE, UNE NOUVELLE DYNAMIQUE

En 2025, l'OPRL a profondément renouvelé ses outils de communication et son image. Cette évolution vise à rendre l'offre plus lisible, plus accessible et plus proche des publics, tout en mettant davantage en valeur les artistes et les musiciens qui font vivre l'Orchestre au quotidien.

TEMPS FORTS

UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

Une image plus contemporaine et plus incarnée qui place l'humain au cœur de la communication de l'Orchestre.



LES MUSICIENS ET MUSICIENNES AU PREMIER PLAN

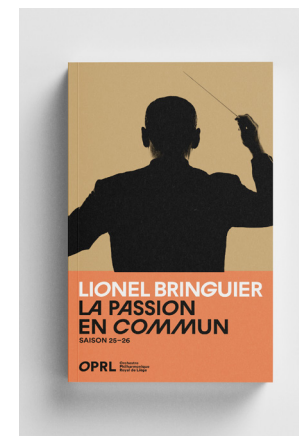
Les campagnes sur les concerts symphoniques mettent en lumière celles et ceux qui donnent vie à la musique, sur scène comme en coulisses.

UN NOUVEAU SITE INTERNET BILINGUE

Entièrement repensé, il facilite la découverte des concerts, des artistes et de l'univers de l'Orchestre. Disponible en français et en anglais, il renforce également l'accessibilité de l'OPRL auprès d'un public international.

UNE NOUVELLE BROCHURE DE SAISON

Plus claire, plus visuelle et davantage tournée vers l'expérience du spectateur.



UN SYSTÈME D'ABONNEMENT REPENSÉ

Une formule simplifiée qui facilite les réservations et offre davantage de flexibilité au public.

UNE COMMUNICATION TOURNÉE VERS LA DÉCOUVERTE

Des mots-clés, des parcours simplifiés et une présentation plus intuitive facilitent l'exploration de l'offre artistique par tous les publics.

UNE INSTITUTION SOLIDE, ATTENTIVE À SES ÉQUIPES, QUI DIVERSIFIE SES RESSOURCES

Pour soutenir son développement artistique et maintenir son niveau d'exigence, l'OPRL poursuit la diversification de ses ressources. Mécénat, partenariats privés, activités commerciales et recettes propres viennent compléter le soutien essentiel des pouvoirs publics et renforcent la capacité de l'institution à investir dans ses projets futurs.

145

équivalents temps plein

Personnels artistiques, techniques et administratifs contribuent chaque jour à la vie de l'institution.



72% du budget consacré

à l'emploi artistique

Les artistes constituent le cœur de l'activité de l'Orchestre.

1,07 M€

de recettes de billetterie

Une hausse de 15% qui confirme l'attractivité de la programmation et la fidélité du public.

9

nouvelles entreprises

ont rejoint le Club Partenaires de l'OPRL au cours de l'année.

19%

de recettes propres

Un niveau qui témoigne de la capacité de l'OPRL à mobiliser des ressources complémentaires.

1,9 M€

de Tax Shelter

Un levier fiscal devenu essentiel dans le financement des activités de l'institution.

60 000 €

collectés pour

le nouveau célesta

Une campagne de mécénat qui illustre l'engagement des donateurs aux côtés de l'Orchestre pour l'achat d'instruments de haut niveau.

19 JOURS

de locations d'espaces

Entreprises, associations et institutions ont investi la Salle Philharmonique pour leurs événements, générant un chiffre d'affaires de 63 000 €.

TEMPS FORTS

DÉPLOIEMENT DE DEUX POSTES CLÉS

Première année pleine du responsable commercial et philanthropie et création d'un poste de responsable du bâtiment, de la sécurité et des moyens généraux.

LE MÉCÉNAT PREND SON ENVOL

De nouvelles entreprises et de nouveaux donateurs rejoignent l'Orchestre pour soutenir ses projets artistiques.

UNE STRATÉGIE DE DIVERSIFICATION

Le développement des ressources propres constitue un levier essentiel pour accompagner les ambitions artistiques de l'OPRL dans les années à venir.

UNE MOBILITÉ PLUS DURABLE ENCOURAGÉE

Le remboursement intégral des abonnements SNCB, le leasing vélo et l'installation de parkings vélos encouragent les mobilités douces pour les personnels.



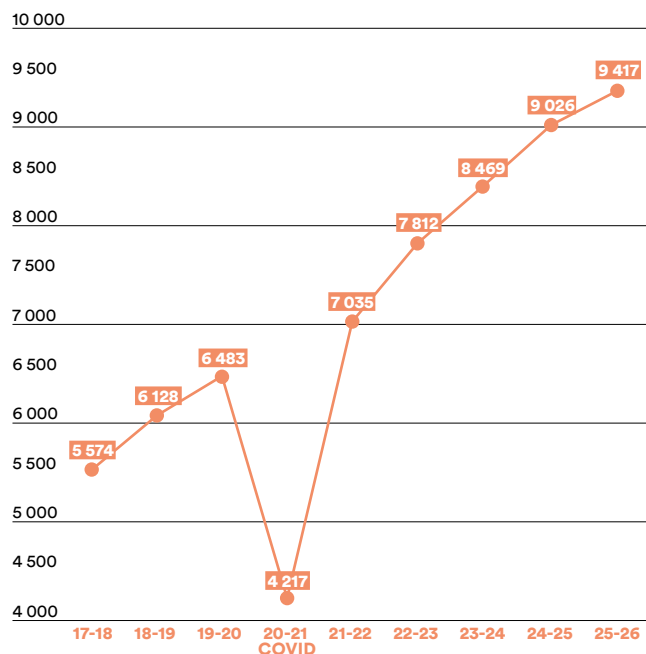
RETOUR SUR 10 ANS DE PARCOURS DES NOUVEAUX SPECTATEURS

RENOUVELER LES PUBLICS : COMPRENDRE LES PARCOURS DES SPECTATEURS

Comment découvre-t-on aujourd'hui l'Orchestre Philharmonique Royal de Liège ? Les concerts famille et les formats de découverte amènent-ils de nouveaux publics vers le répertoire symphonique ? Pour répondre à ces questions, l'OPRL a analysé les neuf dernières saisons de données de billetterie anonymisées, représentant près de 29 000 nouveaux acheteurs entre 2017-2018 et 2025-2026. Cette étude inédite permet d'observer les parcours des spectateurs entre les différentes offres de concerts de l'institution.

UNE INSTITUTION QUI ATTIRE TOUJOURS DAVANTAGE DE PUBLICS

Évolution du nombre d'acheteurs différents par saison



ENTRE 30 ET 40 % des spectateurs sont nouveaux chaque saison

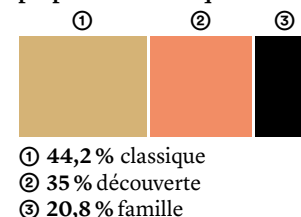
L'étude met en évidence une progression continue du nombre d'acheteurs différents au fil des saisons. En neuf ans, leur nombre a progressé de près de 70 %, signe d'une capacité durable à attirer de nouveaux publics. Cette dynamique se reflète également dans le renouvellement du public : entre 30 et 40 % des spectateurs sont nouveaux chaque saison. L'étude distingue toutefois les acheteurs des spectateurs eux-mêmes : un même acheteur réserve souvent pour plusieurs personnes et achète en moyenne une dizaine de tickets par saison. Le nombre réel de spectateurs touchés est donc nettement supérieur au nombre d'acheteurs identifiés. L'OPRL ne s'adresse donc pas uniquement à un public fidèle ; il accueille chaque année plusieurs milliers de spectateurs qui découvrent la structure pour la première fois.

LES PORTES D'ENTRÉE VERS L'ORCHESTRE ONT CHANGÉ

L'image d'un public découvrant l'orchestre exclusivement par le concert symphonique traditionnel ne correspond plus à la réalité observée aujourd'hui.

PLUS D'UN NOUVEAU SPECTATEUR SUR DEUX ARRIVE DÉSORMAIS VIA LES FORMATS « FAMILLE » OU « DÉCOUVERTE »

Répartition des 28 914 nouveaux spectateurs par proposition artistique



L'analyse montre que 55,8% des nouveaux acheteurs découvrent désormais l'OPRL par une offre « Famille » ou « Découverte » plutôt que par un concert symphonique traditionnel.

Concerts commentés, musiques de film, formats participatifs, ciné-concerts ou propositions destinées aux familles jouent aujourd'hui un rôle central dans l'ouverture de la structure à de nouveaux publics.

Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie mise en œuvre par l'OPRL pour renouveler les publics à travers la diversité des formats proposés.

« Je ne pensais pas que ce type de concert était fait pour moi... puis j'y suis allé avec des amis, et j'ai découvert une ambiance beaucoup plus accessible et chaleureuse que je l'imaginais. »

Témoignage recueilli lors de l'enquête publics OPRL 2026

ANALYSE DES BARRIÈRES QUI S'ESTOMPENT

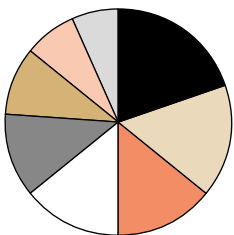
Les formats commentés, participatifs ou hybrides permettent à des spectateurs peu familiers du classique de franchir plus facilement les portes de la Salle Philharmonique. Ils réduisent les appréhensions et rendent l'expérience plus accessible.

D'UN PREMIER CONCERT À UNE DÉCOUVERTE DU SYMPHONIQUE

L'étude ne s'intéresse pas seulement à la première expérience, mais également aux parcours que suivent les nouveaux spectateurs.

DES FORMATS QUI DEVIENNENT DE VÉRITABLES PASSERELLES

Formats découverte et famille générant le plus de nouveaux publics pour le répertoire classique
Nombre d'acheteurs ayant ensuite assisté à un concert classique



- 526 acheteurs OPRL+
- 431 acheteurs Samedis/dimanches en famille à la portée des enfants
- 381 acheteurs L'Orchestre
- 376 acheteurs Music Factory
- 314 acheteurs Happy Hour
- 257 acheteurs Musiques du monde
- 201 acheteurs Ciné-concerts
- 176 acheteurs Symphokids

18%

des nouveaux clients arrivés par les concerts découverte assistent par la suite à un concert classique.

14%

des nouveaux clients arrivés par les concerts famille assistent par la suite à un concert classique.

Les résultats montrent qu'une partie non négligeable des spectateurs entrés par les offres Famille ou Découverte poursuit ensuite son parcours vers les concerts symphoniques traditionnels.

Les différentes propositions de l'OPRL ne fonctionnent donc pas uniquement comme des univers séparés mais aussi comme des étapes complémentaires dans la découverte de la musique orchestrale. Les formats diversifiés apparaissent ainsi comme de véritables passerelles vers le grand répertoire.

ANALYSE

LE TEMPS LONG DES PARCOURS CULTURELS

Le parcours qui mène d'une première découverte de l'orchestre dans l'enfance à une fréquentation autonome du concert classique peut parfois s'étendre sur plusieurs décennies. Les effets de ces propositions dépassent donc largement l'horizon des neuf saisons observées dans l'étude.

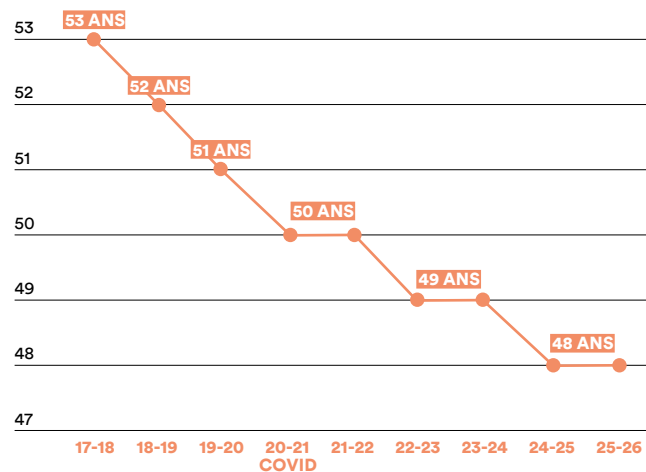
Les formats de découverte et les concerts pour les familles constituent de véritables passerelles vers les concerts symphoniques traditionnels.

UN PUBLIC QUI SE RENOUVELLE ET RAJEUNIT

L'ouverture à de nouveaux publics se reflète également dans l'évolution du profil des spectateurs.

UNE MOYENNE D'ÂGE EN BAISSÉ

Évolution de l'âge moyen des acheteurs



Plus encore qu'un rajeunissement, l'étude révèle un important renouvellement des publics.

Sur la période étudiée, l'âge moyen des acheteurs diminue de cinq ans. Cette évolution témoigne d'un rajeunissement significatif des publics. Note importante: pour les concerts « Famille », l'acheteur identifié est le parent accompagnant, l'âge des enfants présents n'est pas disponible dans les données analysées.

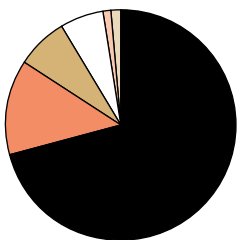
Mais le phénomène le plus marquant est sans doute ailleurs: l'étude met surtout en évidence un renouvellement permanent des spectateurs. Chaque saison apporte son lot de nouveaux publics (30 à 40 % des spectateurs), venant enrichir la diversité des profils présents à l'OPRL. Le rajeunissement apparaît ainsi comme l'une des conséquences d'un mouvement plus large de diversification des publics.

ENTRE FIDÉLITÉ ET DÉCOUVERTE: LE DOUBLE VISAGE DU PUBLIC DE L'OPRL

L'étude bouscule également plusieurs idées reçues sur la fréquentation de la structure.

L'OCCASIONNEL EST ROI

Répartition des acheteurs selon leur volume d'achat
Nombre total de billets achetés sur les neuf saisons étudiées



- 71,4% 1 à 5 tickets
- 13,4% 6 à 10 tickets
- 7,2% 11 à 20 tickets
- 5,9% 21 à 50 tickets
- 1,2% 51 à 100 tickets
- 1,3% +100 tickets

Contrairement à l'image d'un cercle fermé d'initiés, la très grande majorité des spectateurs entretient une relation occasionnelle avec l'OPRL. Plus de sept acheteurs

sur dix n'ont acheté qu'entre un et cinq billets en neuf saisons. Le spectateur-type de l'OPRL est un client occasionnel et non un abonné.

Cette réalité rappelle que l'enjeu d'une institution culturelle réside autant dans sa capacité à convertir et fidéliser ses spectateurs ponctuels que dans le recrutement de nouveaux publics, enjeux auxquels s'attachent chaque année les équipes marketing de l'OPRL.

L'OPRL se construit à la rencontre de deux dynamiques complémentaires: la fidélité de ses abonnés et l'arrivée constante de nouveaux publics.

UN NOYAU FIDÈLE INDISPENSABLE

10,7%

des acheteurs sont abonnés mais ils représentent

1/3

des ventes de billets.

Les abonnés représentent une minorité des acheteurs, mais jouent un rôle essentiel dans l'équilibre du modèle économique de l'OPRL.

Leur fidélité garantit une part importante de la fréquentation, tandis que les publics occasionnels assurent le renouvellement permanent des audiences.

Ces résultats encouragent l'OPRL à poursuivre le développement de formats favorisant la découverte, la circulation entre les offres et l'accompagnement progressif des publics.

Crédits photographiques

Dominique Houcman, Frédéric Goffin, Carole Kousis, Anthony Dehez et Romain Bassenne

Éditeur responsable

OPRL – Aline Sam-Giao
Boulevard Piercot, 25-27
B-4000 Liège

Rédaction

Laurent Boutefeu

Conception et édition

Laurent Boutefeu et Elise Ruelle

Conception graphique

Marge Design

Facebook orchestreliege

Instagram orchestrephilharoyaldeliege

YouTube OPRLlive

LinkedIn Orchestre Philharmonique Royal de Liège

Spotify Orchestre Philharmonique Royal de Liège

Réalisé avec l'aide de la Fédération Wallonie-Bruxelles - Service de la musique Avec le soutien du Tax Shelter du Gouvernement fédéral de Belgique

Partenaires structurels



Salle Philharmonique

Bd Piercot, 25-27 | B-4000 Liège
www.oprl.be | +32 (0)4 220 00 00

