



ENQUÊTES
CHIFFRES
& BILAN



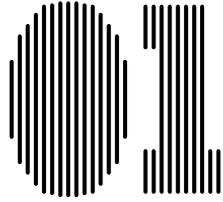


INTRO

Après une année d'ouverture, il nous est apparu intéressant de mener une enquête sur les publics de la Cartonnerie. Scindée en trois parties, elle permet d'avoir une vue sur les spectateurs des concerts, les musiciens des studios de répétition, et aussi connaître l'impact de la Cartonnerie auprès des rémois.

Je remercie l'ensemble des étudiants et des professeurs qui ont travaillé plus de trois mois sur ce projet.

Gérald Chabaud, directeur



ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

299 questionnaires

ont été administrés à la Cartonnerie pendant les concerts des mois de mars et d'avril 2006. Il s'agissait d'avoir une photographie des spectateurs des concerts et de recueillir leurs opinions. Cela nous permettra d'affiner notre demande et d'éventuellement corriger les éléments négatifs.

Le choix des soirées s'est voulu éclectique, avec des propositions artistiques variées. Seuls les spectateurs de jazz, blues (à pondérer car les spectateurs de Canned Heat et de Robert Plant doivent apprécier le blues) et de musique électronique, styles non programmés pendant cette période, n'ont pas été sollicités.

16 soirées

ont servi à l'enquête

5 soirées Rock pop, soit 31% des soirées, avec 33% des questionnaires administrés

4 soirées Chanson soit 25% des soirées, avec 26% des questionnaires administrés

3 soirées Musiques du Monde, soit 19% des soirées, avec 20% des questionnaires administrés

1 soirée Rap soit 6% des soirées, avec 2,33% des questionnaires administrés

1 soirée Reggae, soit 6% des soirées, avec 5% des questionnaires administrés

1 soirée Groove, soit 6% des soirées, avec 2,33% des questionnaires administrés

1 soirée Metal, soit 6% des soirées, avec 9% des questionnaires administrés

typologie du public

concerts & soirées

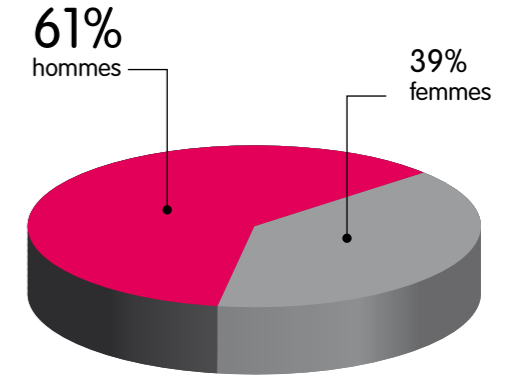
le spectateur type

âge & sexe

Le spectateur type de la Cartonnerie est un homme de 30 ans, salarié, habitant à Reims, non musicien, non abonné et venant au concert en voiture.

Au-delà de ce qui reste comme une approximation, nous détaillons ci-contre les caractéristiques des spectateurs de la Cartonnerie. Sans étonnement, la proportion hommes-femmes se situe proche des deux tiers. C'est un phénomène habituel dans les salles de concerts françaises. Les raisons sont à trouver dans un public très majoritairement masculin sur certains types de concerts comme le métal, le hip hop, le hardcore...

D'autre part, 95% des musiciens fréquentant les studios de répétition sont des hommes. Avec une incidence obligatoire sur la proportion de public masculin sur les concerts.

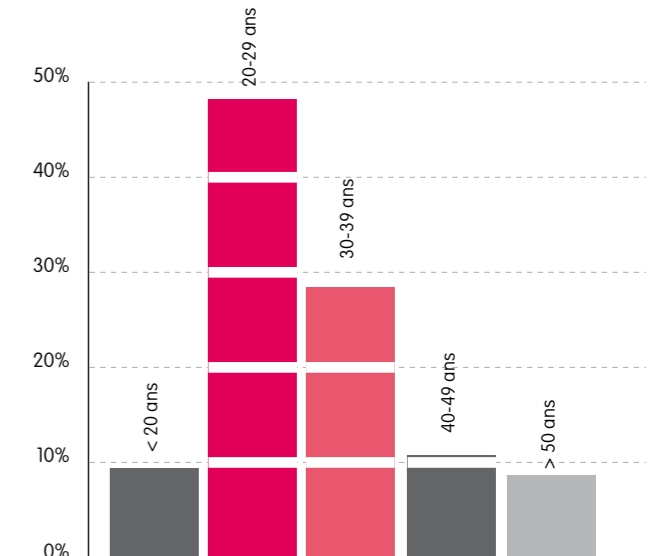


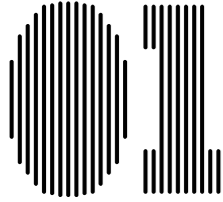
A noter que la répartition est moins équilibrée que pour les abonnés (hommes : 65,54%, femmes : 34,46%).

Sans surprise, la tranche d'âge 20-29 ans est largement majoritaire, suivi de la décennie supérieure. Néanmoins, plus de 17% des spectateurs ont plus de 40 ans, ce qui prouve que les musiques actuelles s'étalent plus en terme d'âge, et que la Cartonnerie, à travers le travail d'accueil et de concert auditif et visuel mené, a su séduire cette catégorie.

âge	
moins de 20 ans	9,03%
de 20 à 29 ans	46,49%
de 30 à 39 ans	27,42%
de 40 à 49 ans	10,37%
50 ans et plus	6,69%

Remarque : âge minimum : 14 ans et âge maximum : 63 ans





ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
 Faculté de Droit et de Science Politique
 Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
 Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

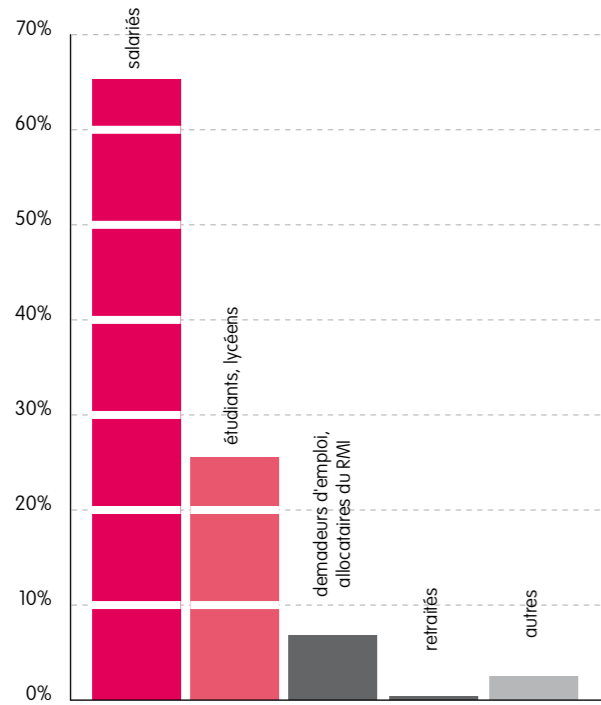
Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

le spectateur type

csp & origine géographique

les salariés sont de loin les plus nombreux

et le pourcentage de lycéens et étudiants ne représente qu'un quart de la fréquentation, ce qui paraît peu, et laisse à penser qu'un travail spécifique de communication doit se faire dans leur direction.



catégorie socio-professionnelle

salariés	195	65,22%
étudiants, lycéens	76	25,42%
demandeurs d'emploi	20	6,69%
retraités	1	0,33%
autres	7	2,34%
total	299	100%

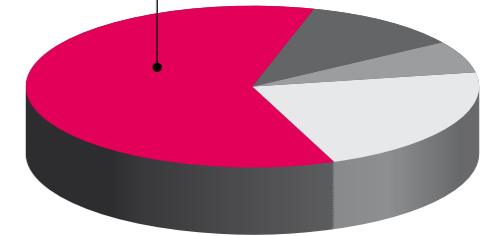
typologie du public

concerts & soirées

origine géographique

Reims	180	60,54%
Agglomération	41	13,71%
Marne	24	8,03%
Ardennes	11	3,68%
Aube	5	1,67%
Haute-Marne	3	1,00%
Paris & Région Parisienne	10	3,34%
Aisne	12	4,01%
Somme	3	1,00%
Meuse	3	1,00%
autres	6	2,01%
non-réponse	1	0,30%
total	299	100%

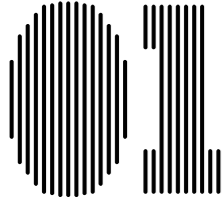
60,5%
de rémois



une forte majorité de rémois

et d'habitants de l'agglomération rémoise, mais peu de personnes venant des trois autres départements de la région. Par contre la proximité de Reims avec Paris et l'Aisne est valorisée de manière importante (1 spectateur sur 10).

Reims	60,54%
Marne (hors Reims)	21,74%
Champagne-Ardenne (hors Marne)	6,35%
France (hors Champagne-Ardenne)	11,37%



ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
 Faculté de Droit et de Science Politique
 Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale
 Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
 Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECCQUE, Céline DACLIN
 Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

le spectateur type

spectateurs & abonnés

sexe

spectateurs			abonnés		
femmes	118	39,46%	femmes	410	35,90%
hommes	181	60,54%	hommes	732	64,10%
total	299	100%	total	1142	100%

En comparant les chiffres des spectateurs et des abonnés, on peut différencier les deux approches en notant que le public général est plus féminin que celui des abonnés (les hommes seraient plus sensibles à une offre globale?).

âge

spectateurs		abonnés	
moins de 20	9,03%	moins de 20	146 13,43%
de 20 à 29 ans	46,49%	de 20 à 29 ans	534 49,13%
de 30 à 39 ans	27,42%	de 30 à 39 ans	241 22,17%
de 40 à 49 ans	10,37%	de 40 à 49 ans	101 9,29%
50 ans et plus	6,69%	50 ans et plus	65 5,98%
moyenne	30 ans 2 mois	total	1087 -
âge minimum	14 ans	+ 46 réponses non précisées	
âge maximum	63 ans		

Le réflexe de s'abonner serait adopté par les générations les plus jeunes, ce qui leur permet d'être plus grosse consommatrice tout en faisant des économies substantielles et en recevant le DLP (magazine de la Cartonnerie) directement à leur domicile.

typologie du public

concerts & soirées

spectateurs & abonnés

origine géographique

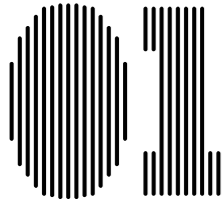
spectateurs		abonnés	
Reims	60,54%	Reims	68,83%
Département de la Marne (hors Reims)	21,74%	Département de la Marne (hors Reims)	21,45%
Champagne-Ardenne (hors Marne)	6,35%	Champagne-Ardenne (hors Marne)	4,12%
France (hors région Champagne-Ardenne)	11,37%	France (hors région Champagne-Ardenne)	5,25%

Origine géographique : Logiquement, plus on habite près de la Cartonnerie, plus le réflexe de s'abonner est grand. On peut supposer que ce sont les têtes d'affiche qui attirent les spectateurs les plus lointains.

catégorie socio-professionnelle

spectateurs			abonnés		
salariés	195	65,22%	salariés	507	44,40%
étudiants	76	25,42%	étudiants	416	36,43%
demandeurs d'emploi, allocataires RMI	20	6,69%	demandeurs d'emploi, allocataires RMI	101	8,84%
retraités	1	0,33%	retraités	18	1,58%
autres	7	2,34%	autres	100	8,76%
total	299	-	total	1142	-

Les salariés s'abonnent moins que les étudiants / lycéens. Ils viennent plus sur des coups de cœur, et moins sur la durée.



ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

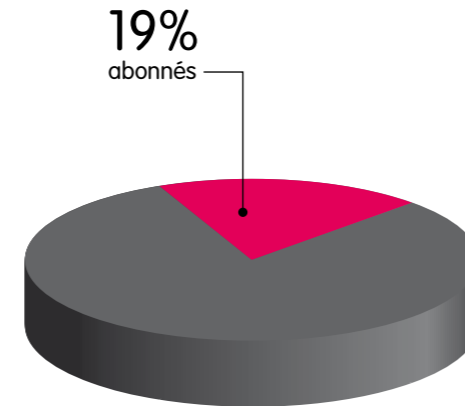
Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

le spectateur type

spectateurs & abonnés

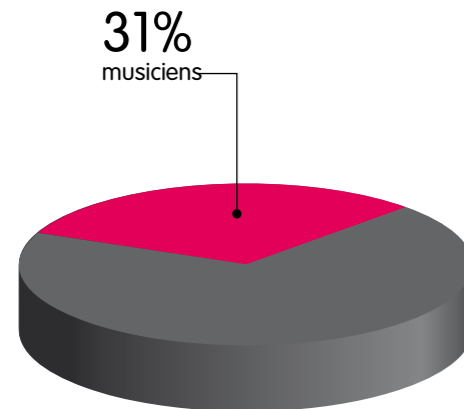
un spectateur sur cinq est un abonné, ce qui, pour une première année, est très satisfaisant et montre l'intérêt des abonnés à venir régulièrement à des concerts.

NB 22% au Chabada à Angers en 2005



êtes-vous abonné ?

oui	56	18,73%
non	243	81,27%
total	299	-



un sur trois est musicien.

Ce chiffre est à rapprocher des 14% des français déclarant jouer d'un instrument (enquête SACEM 2005). Les spectateurs des concerts de la Cartonnerie sont donc logiquement plus musiciens.

êtes-vous musicien ?

oui	92	30,77%
non	207	69,23%
total	299	-

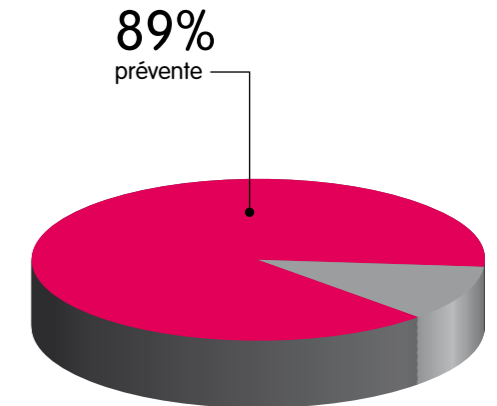
typologie du public concerts & soirées

location & locomotion

89% des billets sont achetés en prévente

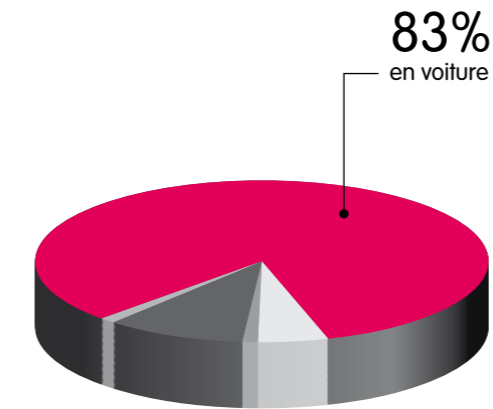
Ce chiffre d'achat des places de concert en location à l'avance montre que les spectateurs se montrent prudents et prospectifs, et qu'ils décident de leur sortie avec préméditation. Il s'agit d'un changement important car par le passé, ces chiffres étaient inversés. Pour nous, c'est un point important nous permettant de choisir avec beaucoup de sûreté le lieu du concert (Cabaret 350 ou Grande Salle 1200).

NB pour l'exemple, l'Olympic à Nantes réalise 80% de préventes



achats de places

en prévente	267	88,68%
sur place	32	11,32%
total	299	-

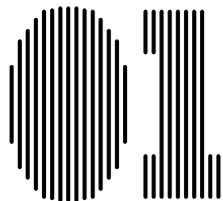


la voiture comme moyen de transport

L'échec des navettes de bus des TUR, proposé en 2005 de la Cartonnerie au centre - ville à la fin des concerts, montre qu'un lieu décentralisé favorise plutôt le transport motorisé individuel. Au-delà des chiffres, on constate toutefois une nette augmentation des 2 roues, qui nous pousse à faire poser par la Ville de Reims de nouveaux arceaux sur le parking.

mode de locomotion

voiture	249	83,28%
bus	15	5,02%
2 roues	4	1,34%
piétons	29	9,70%
autres	2	0,67%
total	299	-



ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

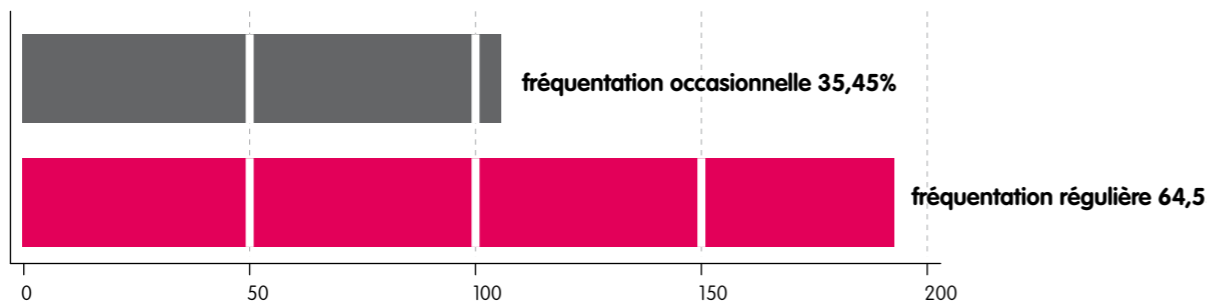
Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

le spectateur type

fréquentation régulière... occasionnelle

2 spectateurs réguliers sur 3

Même si nous n'avons pas défini exactement le terme "régulièrement", les 2/3 des spectateurs se décrivent comme venant plusieurs fois dans l'année, chiffre corroboré par le graphique ci-dessous. La régularité semble débiter à 2 - 3 fois par an.



1 spectateur sur 3 est venu plus de 5 fois

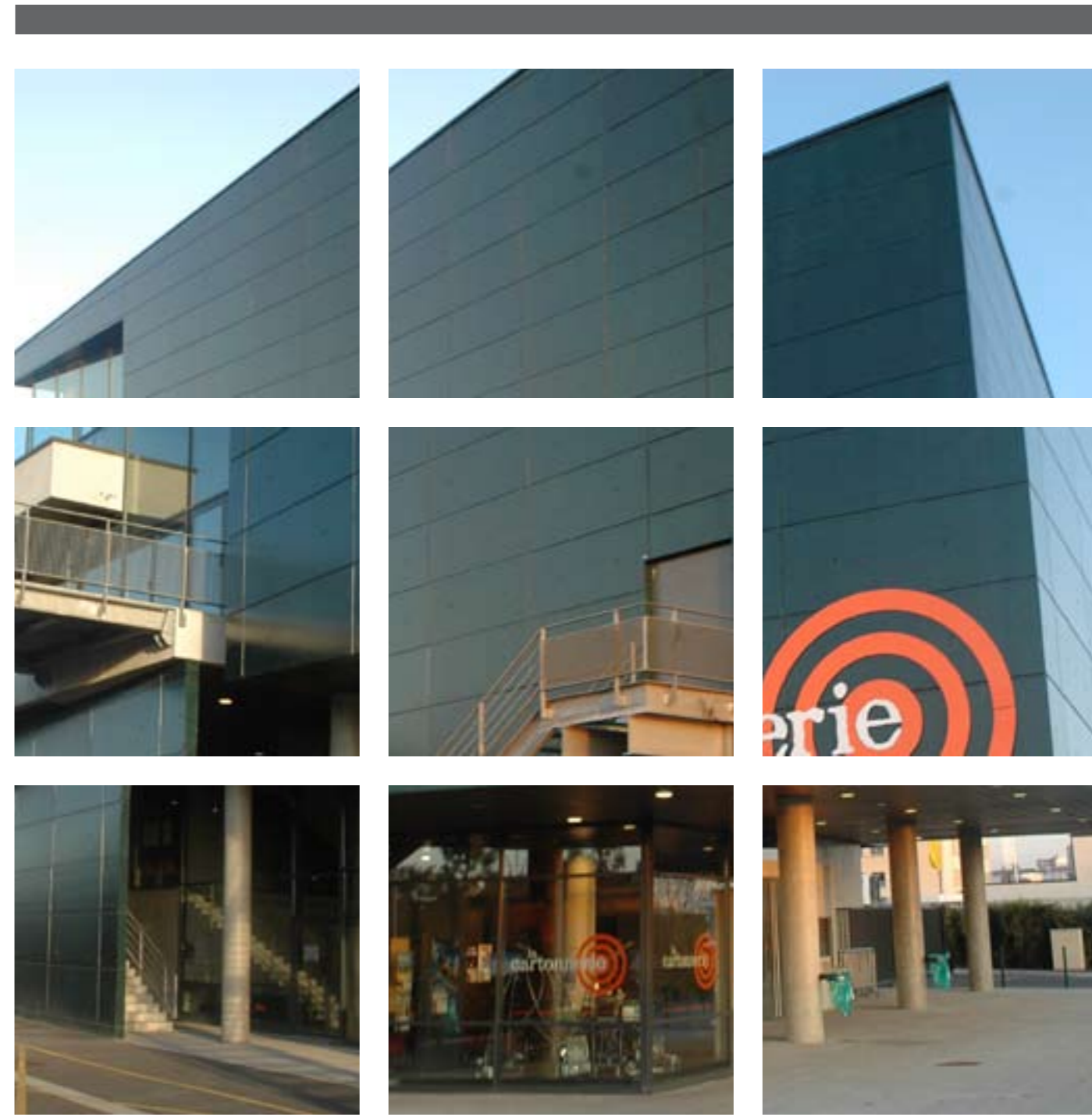
Plus du tiers déclarent être venus plus de cinq fois. Un chiffre remarquable qui montre un début de fidélité et de confiance à la structure.

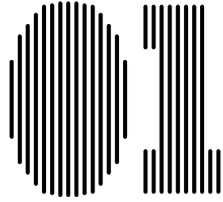
1 spectateur moyen vient 4 à 5 fois par an à la Cartonnerie

On peut déduire qu'un spectateur moyen est venu en moyenne 4,7 fois depuis l'ouverture

fréquentation estimée depuis un an

première fois	30,77%
de 1 à 5 fois	33,11%
de 5 à 10 fois	19,73%
plus de 10 fois	16,39%





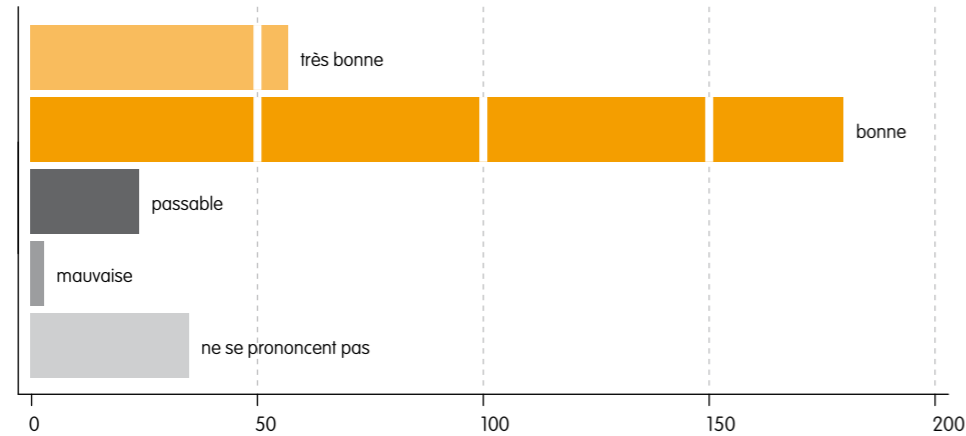
ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
 Faculté de Droit et de Science Politique
 Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale
 Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
 Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN
 Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

la programmation

jugement de la programmation

80% d'opinions positives sur la programmation



vous estimez la programmation

très bonne	4/4	57	19,06%
bonne	3/4	180	60,20%
passable	2/4	24	8,03%
mauvaise	1/4	3	1%
NSP*	-	35	11,71%
total		299	-

*NSP : ne se prononcent pas

typologie du public

concerts & soirées

jugement de la programmation

la programmation qualitativement reconnue

Avec quatre spectateurs sur cinq trouvant la programmation positive, on peut dire que la Cartonnerie trouve un écho favorable et que, malgré la diversité des styles programmés, donc de la confusion qui aurait pu en naître, la programmation est reconnue qualitativement. On peut supposer que les 11% sans opinion proviennent de spectateurs primo entrants, venus sur la motivation unique d'un artiste et ne connaissant pas la programmation des autres concerts.

La moyenne obtenue (3,1 sur 4) indique une satisfaction importante et une bonne adéquation entre les propositions et les attentes.

d'autres structures programment à la Cartonnerie

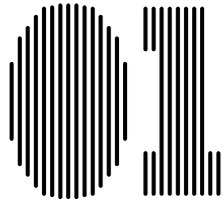
60% des personnes interrogées l'ignoraient

d'autres structures programment à la Cartonnerie. le saviez-vous ?

oui	115	38,50%
non	180	60,20%
pas de réponse	4	1,30%
total	299	-

Cette méconnaissance de l'organisateur des concerts va nous pousser pour cette nouvelle saison à plus communiquer sur ce point, notamment afin d'éviter les confusions tarifaires (producteurs privés proposant des tarifs plus élevés que la REMCA ou les associations).

NB parmi les producteurs privés connus arrive largement en tête Polle'n Productions, puis ensuite, mais très loin les associations Les Pirates de l'Art, 51 Monochrome et Binary Gears

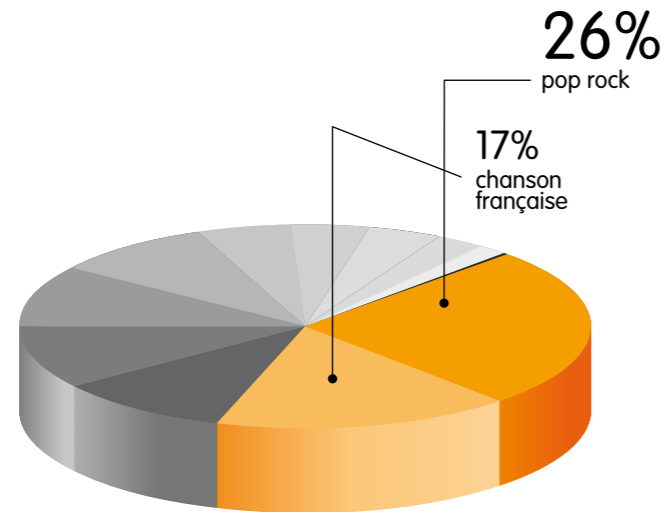


ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
 Faculté de Droit et de Science Politique
 Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale
 Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
 Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN
 Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

la programmation

style musical favori



pop, rock, chanson, et choix artistiques...

Si on compare avec les chiffres des concerts produits à la Cartonnerie de l'ouverture jusqu'à juin 2006, on constate que les styles rock/pop, musiques électroniques, hip hop et world sont plus proposés que demandés par les spectateurs enquêtés, au contraire des styles jazz, blues, métal et groove. Il s'agit là d'un choix artistique de notre part, revendiqué comme tel.

style musical favori			
pop rock	25,80%	metal	5,20%
chanson française	16,90%	musiques du monde	4,50%
reggae / ska / ragga / dub	10,00%	hip hop	4,10%
musiques électroniques	9,80%	r'n'b / funk / groove	3,00%
jazz	9,80%	autres	1,60%
blues	9,20%	NSP*	0,10%

NB les esthétiques jazz, blues et musiques électroniques sont à priori minorées car aucune soirée ne leur était consacrée pendant la durée de l'enquête.

*NSP : ne se prononcent pas

typologie du public

concerts & soirées

conditions intérieures

accueil & déco

une moyenne de 8/10 pour l'accueil

Il s'agissait de savoir comment le personnel de la Cartonnerie (billetterie, accueil, barmen, service de sécurité) était perçu pendant le déroulement d'une soirée.

L'addition d'opinions favorables s'établit à 94%.

Les points à améliorer portent sur le service au bar et sur le vestiaire (files d'attente).

l'équipe de la Cartonnerie vous paraît		
très accueillante	80	26,80%
accueillante	201	67,20%
peu accueillante	8	2,70%
désagréable	3	1,00%
pas de réponse	7	2,30%
total	299	-

décor & confort intérieur

très agréable	80	26,80%
plutôt agréable	201	67,20%
quelconque	8	2,70%
désagréable	3	1,00%
pas de réponse	7	2,30%
total	299	-

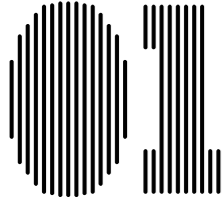
une moyenne de 15/20

La Cartonnerie a beaucoup travaillé (comparativement aux autres SMAC / Fédurok) sur la décoration et le mobilier.

Pour 96% des personnes interrogées, les options prises semblent être appréciées. Les quelques opinions négatives portent principalement sur l'abondance de béton dans le bâtiment, générant une ambiance "froide".

des concerts non-fumeurs bien accueillis

Seulement 3 remarques sur le fait que la Cartonnerie soit non-fumeur dans les salles (deux opinions négatives, une positive). Cette particularité est donc admise par la très grande majorité.



ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LÉROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECCQUE, Céline DACLIN

Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

conditions intérieures

conditions d'écoute en grande salle		
excellentes	61	20,40%
très satisfaisantes	93	31,10%
satisfaisantes	51	17,10%
mauvaises	1	0,30%
exécrables	0	0%
NSP	93	
total	299	-

conditions visuelles en grande salle		
excellentes	42	14,00%
très satisfaisantes	83	27,80%
satisfaisantes	72	24,10%
mauvaises	9	3,00%
exécrables	0	0%
NSP	93	
total	299	-

conditions d'écoute en cabaret		
excellentes	50	16,70%
très satisfaisantes	73	24,40%
satisfaisantes	41	13,70%
mauvaises	2	0,70%
exécrables	0	0%
NSP	133	
total	299	-

conditions visuelles en cabaret		
excellentes	42	14,00%
très satisfaisantes	63	21,10%
satisfaisantes	59	19,70%
mauvaises	3	1,00%
exécrables	0	0%
NSP	133	
total	299	-

Le parti pris d'architecture de proposer des salles de concert en dénivelé afin d'améliorer la courbe de vision des spectateurs vers la scène satisfait les utilisateurs.

Les systèmes de son, dossier très travaillé en amont (3 appels d'offre) puis pendant l'installation et enfin pendant l'utilisation, par les techniciens de la Cartonnerie permettent de situer la qualité sonore des deux salles de concert parmi l'élite des salles françaises.

NB Les non-réponses correspondant à des spectateurs ne connaissant pas cette salle (le concert se déroulant dans l'autre), primo-entrants ou sans opinion.

typologie du public

concerts & soirées

tarifs & autres services

des tarifs abordables... mais perfectibles

Ce point nous fait prendre conscience de la limite tarifaire supérieure et de la marge de manœuvre que nous pouvons nous permettre. La politique d'un accès facilité aux concerts nous oblige à bien prendre en considération cet aspect afin de continuer à générer un public important.

En croisant les éléments statistiques, on peut observer que les opinions positives sur les tarifs sont partagées par l'ensemble des catégories socio-professionnelles. Curieusement, ce sont les chômeurs et les RMistes qui déplorent le moins les tarifs qui leurs sont réservés.

Il faut aussi prendre en compte le paramètre assez récurrent du "toujours trop cher", et le manque d'information sur le coût de revient effectif des soirées, lesquelles sont à plus de 90% déficitaires (seuls les concerts à plus de 1 000 personnes dans la grande salle s'équilibrent). Les variations de tarif en fonction des producteurs (privés ou REMCA/

tarifs des concerts / spectacles

satisfaisants	121	40,50%
abordables mais perfectibles	158	52,80%
peu adaptés	15	5,00%
total	294	-

NB 5 non-réponses

association), par les personnes sachant qui organise la soirée sont notées.

A noter que nous devons également tenir compte des seuils psychologiques (10, 15, 20 euros, ...)

les autres services, connus mais peu fréquentés

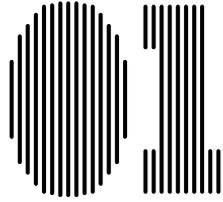
quels services connaissez-vous ?		les fréquentez-vous ?		
kiosque	112	37,50%	26	8,70%
studios de répétition	162	54,20%	8	2,68%
studio d'enregistrement	157	52,50%	3	1,00%
espace multimedia	147	49,20%	14	4,68%
expositions	167	55,90%	41	13,71%
formations	97	32,40%	-	-
accompagnement artistique	81	27,10%	3	1,00%
conférences - débats	126	42,10%	17	5,69%
open platines	86	28,80%	14	4,68%
total	299	-		

Si les différentes missions de la Cartonnerie semblent assez connues de la part des spectateurs de concert, ceux-ci par contre ne les utilisent que trop peu.

Il était évident à nos yeux que cette partie serait celle demandant le plus de temps pour être pleinement intégrée par le public.

Il nous faut travailler ce point précis afin d'amener plus de fréquentation les soirs de concert.

Il est par exemple dommage d'avoir un écart aussi important sur les expositions, particulièrement accessibles pendant les soirées.



ENQUÊTE DES PUBLICS

Université de Reims Champagne - Ardenne
 Faculté de Droit et de Science Politique
 Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
 Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

communication

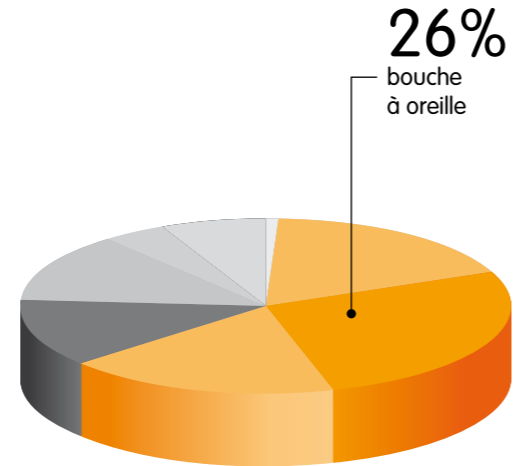
quel vecteur ?

bouche à oreille en tête, site internet & dlp ex-æquo

Il était demandé le vecteur principal d'information, sachant que plusieurs peuvent être utilisés.

Sans surprise, le bouche à oreille arrive en tête, du au fait que la fréquentation de concerts est le plus souvent un acte de groupe et plus rarement individuel. L'information par internet et le magazine de la Cartonnerie (le DLP) suivent. Notons que le DLP est tiré à 13 000 exemplaires, le "Dans la Poche" à 20 000, et que le site internet de la Cartonnerie accueille environ 13 000 connexions par mois (en constante augmentation).

Si on croise par tranches d'âge, les moins de 25 ans sont plus sensibles au bouche à oreille et à l'affichage tandis que les plus de 25 ans favorisent le presse écrite et télévisuelle. Les médias les plus cités sont le journal gratuit "Sortie Magazine" et la Radio Primitive.



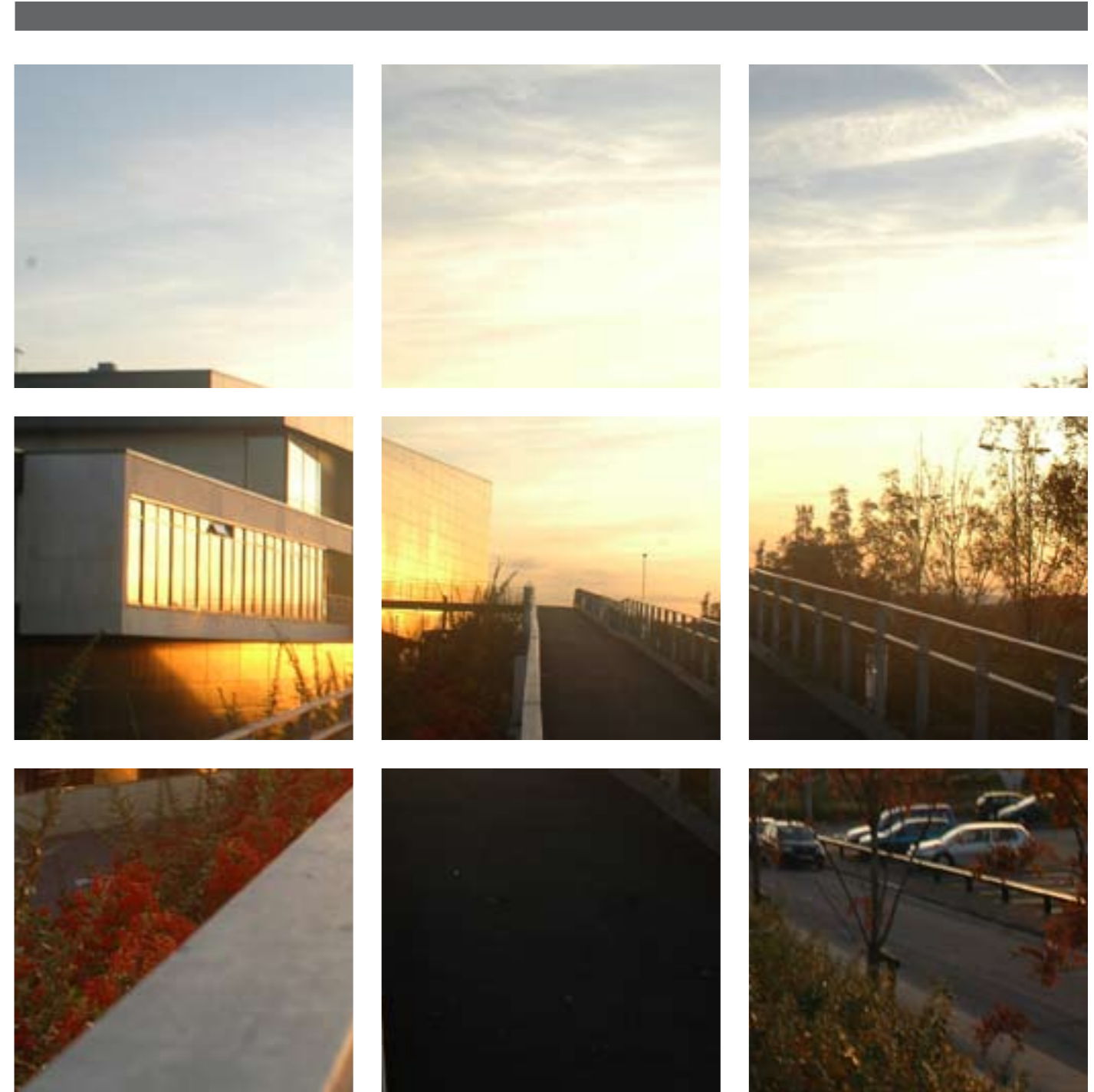
comment avez-vous pris connaissance des concerts ?

presse	7,10%
TV / radio	4,20%
affiches	12,70%
tracts / flyers	12,50%
internet	18,10%
bouche à oreille	26,80%
magazine dlp	17,90%
NSP	0,60%
total	100%

La dernière question posée était une question libre où nous demandions de donner des qualificatifs sur la Cartonnerie.

Les 30 premières réponses en terme de nombre données ont été positives, avec, par ordre de cité : agréable, sympathique, accueillant, convivial, nécessaire, jeune, moderne, éclectique, chaleureux, diversifié, ouvert, accessible, indispensable, original, ...

Quelques remarques un peu amusantes ont été relevées par les enquêteurs : "ne changez rien", "on l'attendait", "mieux que le parc exposition", "très bobo", "on se croirait au commissariat".





ENQUÊTE DE NOTORIÉTÉ

Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

les rémois et la Cartonnerie

Il s'agissait de connaître quel impact auprès de la population générale la Cartonnerie avait, un an, après son ouverture. 75 personnes ont été interrogées Place d'Erlon, en mixant les âges, dans un choix fait au hasard.

connaissiez-vous la Cartonnerie ?		
oui	61	81,30%
non	14	18,70%
total	75	-

plus de 4 personnes sur 5 connaissent la Cartonnerie,

ce qui est un excellent résultat, mais qui doit être légèrement pondéré par la deuxième question qui était de dire ce qu'est la Cartonnerie.

A cette deuxième question, 9 personnes font une erreur. 4 personnes pensent que c'est une papeterie, 3 un magasin de cartes postales (confusion avec la Carterie en centre-ville), 1 une école, et 1 une entreprise.

Si on corrige, on arrive donc au résultat :

connaissiez-vous la Cartonnerie ? (données corrigées)		
oui	52	69,33%
non	23	30,67%
total	75	-

plus de 2 personnes sur 3 savent ce qu'est la Cartonnerie.

Après une année d'ouverture, ce chiffre paraît satisfaisant.

La répartition par âge indique qu'il n'y a pas d'écart véritable entre jeunes et moins jeunes. L'idée que la Cartonnerie s'adresse aux amateurs de musique plutôt que spécifiquement aux jeunes semble avoir fait son chemin.

typologie du public

concerts & soirées

1 enquêté sur 5 est déjà venu,

que ce soit pour un concert-soirée, aux portes ouvertes, ou pour une des activités journalières...

Les deux tiers des gens étant allés à la Cartonnerie y retourne. Le challenge se situe donc plus sur le fait d'amener des spectateurs pour une première fois.

avez-vous fréquenté la Cartonnerie ?		
non	60	80%
oui	15	20%

connaissiez-vous la programmation ?		
non	51	68%
oui	24	32%

si oui, combien de fois ?		
dont une fois	5	6,70%
dont une à cinq fois	7	9,30%
dont six à dix fois	1	1,30%
plus de dix fois	2	2,70%
total	75	-

trouvez-vous la programmation diversifiée ?		
oui	20	27,70%
non	4	5,30%
NSP	51	68%
total	75	-

En enlevant ceux qui ne fréquentent pas la Cartonnerie, 83% trouve la programmation diversifiée. Et en ôtant les personnes qui ne se prononcent pas, la programmation est jugée bonne par 70%.

comment trouvez-vous la programmation ?		
très bonne	2	2,70%
bonne	17	22,70%
passable	5	6,70%
mauvaise	0	0,00%
NSP	51	68,00%
total	75	-

données corrigées		
très bonne	8,30%	2,70%
bonne	70,83%	22,70%
passable	20,83%	6,70%
mauvaise	0,00%	0,00%
total	75	-



ENQUÊTE DE NOTORIÉTÉ

Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

les rémois et la Cartonnerie

fréquentez-vous d'autres lieux de spectacle vivant ?

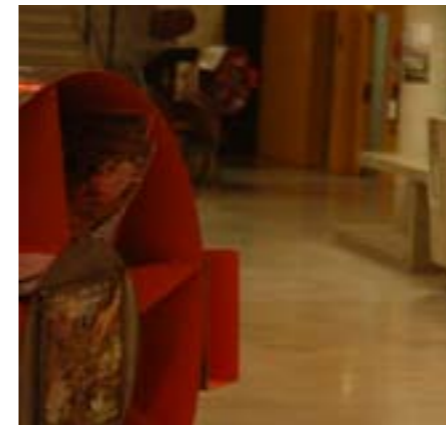
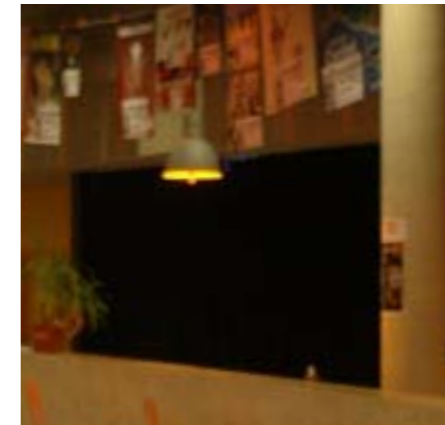
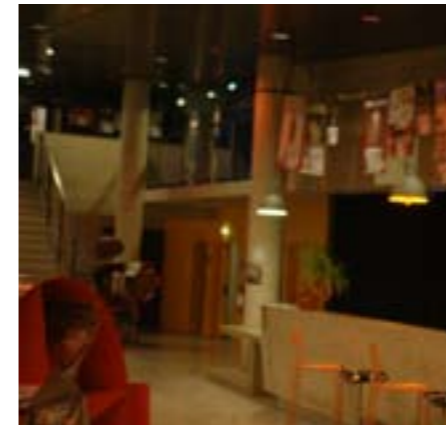
oui	29	38,70%
non	46	61,30%
total	75	-

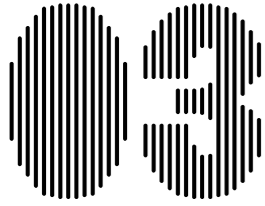
Sont cités (total supérieur à 29 car plusieurs réponses possibles):

- La Comédie : 10 réponses
- Le Grand Théâtre de Reims : 5 réponses
- Le Parc Expo : 4 réponses
- Le Manège : 2 réponses
- Le Millésium (Epernay) : 2 réponses
- Le Conservatoire National de Région : 2 réponses
- Autres : 12 réponses

Ces chiffres sont à rapprocher du nombre de fréquentation de la Cartonnerie : 15

En croisant les chiffres, seules neuf personnes déclarent fréquenter la Cartonnerie et un autre lieu de spectacle.





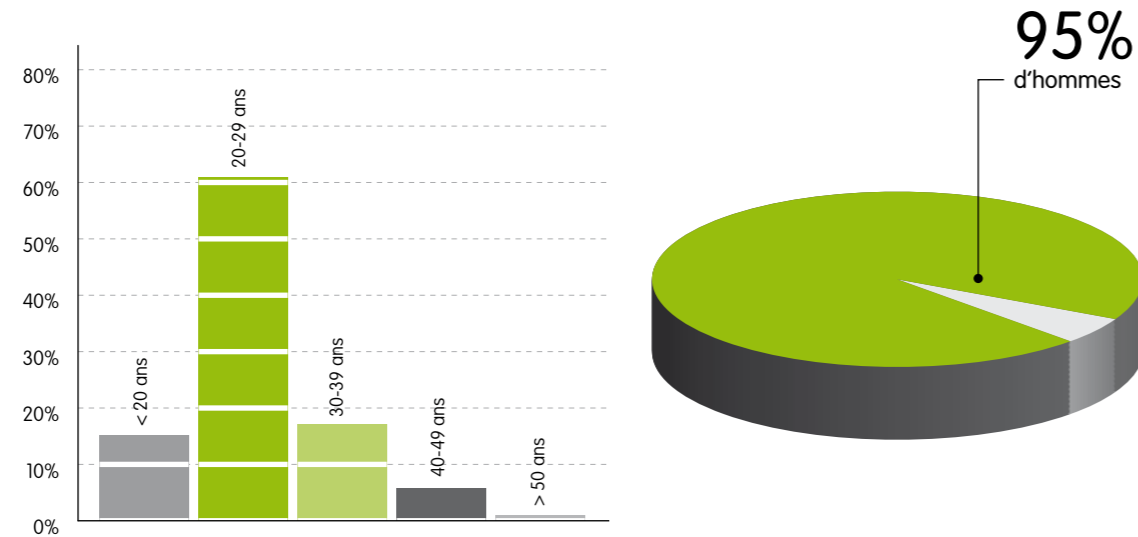
ENQUÊTE DES MUSICIENS

Université de Reims Champagne - Ardenne
 Faculté de Droit et de Science Politique
 Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale
 Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
 Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN
 Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

les musiciens qui répètent à la Cartonnerie

âge, sexe, csp & origine géographique

Cette troisième enquête a porté sur les musiciens fréquentant les studios de répétition de la Cartonnerie. Rappelons que ceux-ci sont au nombre de 7 (plus 1 studio d'enregistrement) et sont ouverts de 14h à 22h tous les jours. Environ 400 musiciens les fréquentent sur une année.



des hommes de moins de 30 ans...

Les trois quarts des musiciens ont moins de 30 ans. On pourra donc le qualifier de pratique « jeune ». 92,60% des musiciens déclarent être amateurs. Seules 8 personnes sur 122 se disent professionnelles dans la musique, taux assez faible. Nous verrons si, avec la Cartonnerie et les nouvelles possibilités de répétition, enregistrement, accompagnement, etc., les sondages des prochaines années indiqueront une tendance à la professionnalisation plus marquée.

Très forte proportion d'hommes avec un décalage important. Ce déséquilibre qui existe pour le public des concerts est ici exacerbé.

La pratique des musiques actuelles est donc typée masculine, et ce quel que soit le style musical. A noter que les femmes sont très souvent chanteuses.

typologie des musiciens

des studios de répétition de la Cartonnerie

salariés, habitants à reims...

catégorie socio-professionnelle		
salariés	53	43,44%
étudiants, lycéens	32	26,23%
demandeurs d'emploi	12	9,84%
retraités	1	0,82%
autres	24	19,67%
total	122	-

origine géographique	
Reims	67,96%
Marne (hors Reims)	21,36%
Champagne-Ardenne (hors Marne)	0,00%
France (hors Champagne-Ardenne)	10,68%

70% des musiciens habitent dans un rayon de 20 kilomètres. Les studios de répétition sont donc bien un outil de proximité, en tout cas bien plus que pour les concerts.

pratique & formation musicale

musicalement formés et pratiquant depuis longtemps...

avez-vous suivi une formation musicale ?		
oui	57	46,70%
non	65	53,30%
total	122	-

depuis combien de temps pratiquez-vous ?		
depuis 2 ans ou moins	8	7,77%
entre 2 et 5 ans	22	21,36%
entre 6 et 10 ans	19	18,46%
depuis plus de 10 ans	64	62,14%
total	103	-

si oui, laquelle ?		
conservatoire	19	26,39%
école de musique	22	30,56%
cours particulier	29	40,28%
autres	2	2,78%
total	72	-

Les praticiens de musiques actuelles passent souvent pour être des autodidactes, sans formation préalable. Or surprise, presque 1 sur 2 a suivi une formation soit en école de musique soit dans un conservatoire (1/3 des musiciens au total).

De plus le temps de pratique est long les deux tiers ont plus de 10 ans de pratique derrière eux, malgré la jeunesse relative des musiciens.



ENQUÊTE DES MUSICIENS

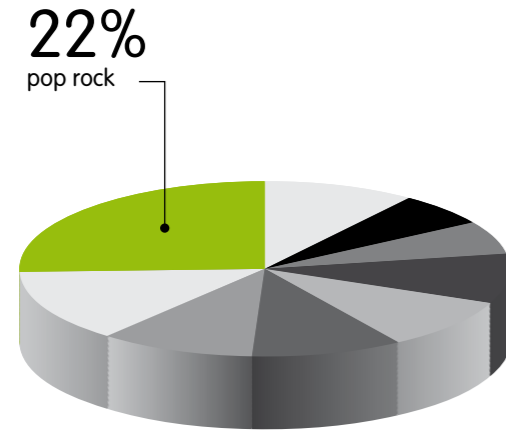
Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

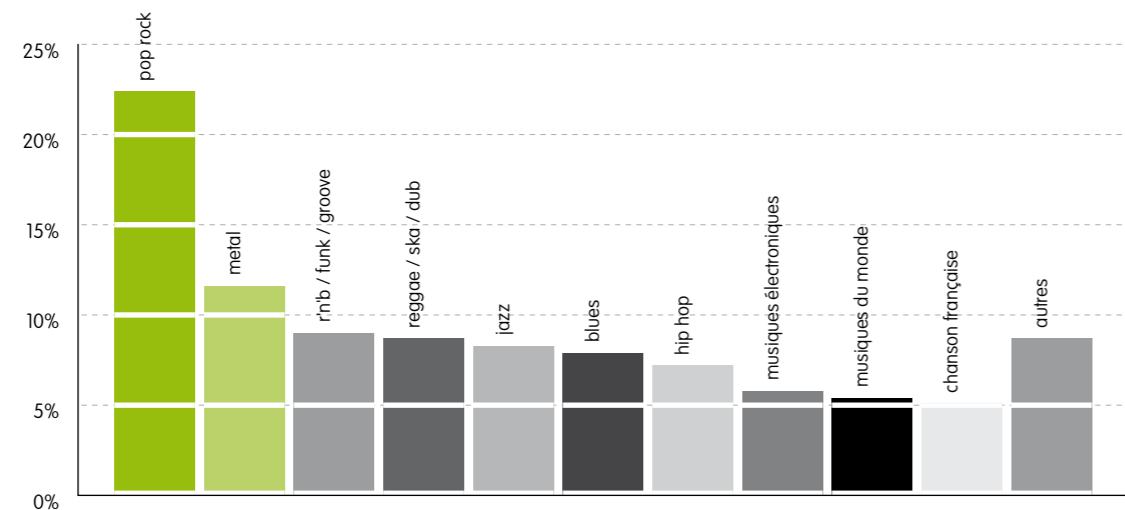
Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

les musiciens qui répètent à la Cartonnerie

instruments & styles musicaux



de quel instrument jouez-vous ?		
guitare	20	30,30%
batterie / percussions	18	27,27%
basse	7	10,61%
chant	2	3,20%
cuvres	8	12,13%
piano / claviers	5	7,58%
MAO	1	1,60%
cordes	2	3,20%
autres	3	4,55%



typologie des musiciens

des studios de répétition de la Cartonnerie

d'un point de vue pratique & technique

les horaires d'ouverture vous conviennent-ils ?

oui	79,50%
non	20,50%

NB les studios sont ouverts tous les jours de 14 h à 22 h, plus le matin pour les groupes conventionnés (10 groupes).
Les observations faites portent sur des demandes d'ouverture le samedi matin et le soir jusqu'à minuit.

la sonorisation à disposition vous convient-elle ?

oui	114	79,50%
non	1	20,50%
NSP	7	5,70%
total	122	-

NB Chaque studio possède une petite sonorisation avec enceintes, subs, table de mixage, égaliseur, générateur d'effets et possibilité de s'enregistrer sur MD.

le matériel en location vous convient-il ?

oui	103	84,40%
non	5	4,10%
NSP	14	11,50%
total	122	-

NB Sont disponibles en location (1,50 euro de l'heure) : 3 amplis guitare (Marschall, Fender, Line 6), 2 amplis basse (Ampeg), 2 batteries, 4 platines vinyl, 2 platines CD, 2 mixettes, 2 stations MAO, 1 clavier midi.

vous jugez l'accueil des studios

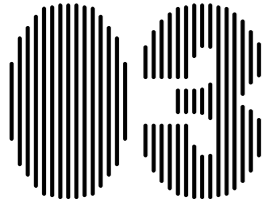
excellent	59	48,40%
très satisfaisant	47	38,50%
satisfaisant	13	10,70%
mauvais	0	0%
exécrable	0	0%
NSP	3	2,50%
total	122	-

Un plébiscite !

vous jugez la qualité acoustique des studios

excellente	14	11,50%
très satisfaisante	37	30,30%
satisfaisante	53	43,40%
mauvaise	15	12,30%
exécrable	3	2,50%
total	122	-

Total des opinions satisfaisantes ou plus : 85,20%
Les corrections acoustiques apportées dans les trois grands studios semblent avoir résolu le problème de son. Quelques insatisfaits, qui doivent rester sur une impression passée.



ENQUÊTE DES MUSICIENS

Université de Reims Champagne - Ardenne
Faculté de Droit et de Science Politique
Centre de Recherche sur la Décentralisation Territoriale

Professeurs : Marc LEROY, Fabrice THURIOT
Étudiants : Pascal KLEK, Jocelyn BORDE, Fabien HOLLECQUE, Céline DACLIN

Enquêtes réalisées entre janvier et juin 2006

les musiciens qui répètent à la Cartonnerie

les autres services

connus mais pas fréquentés

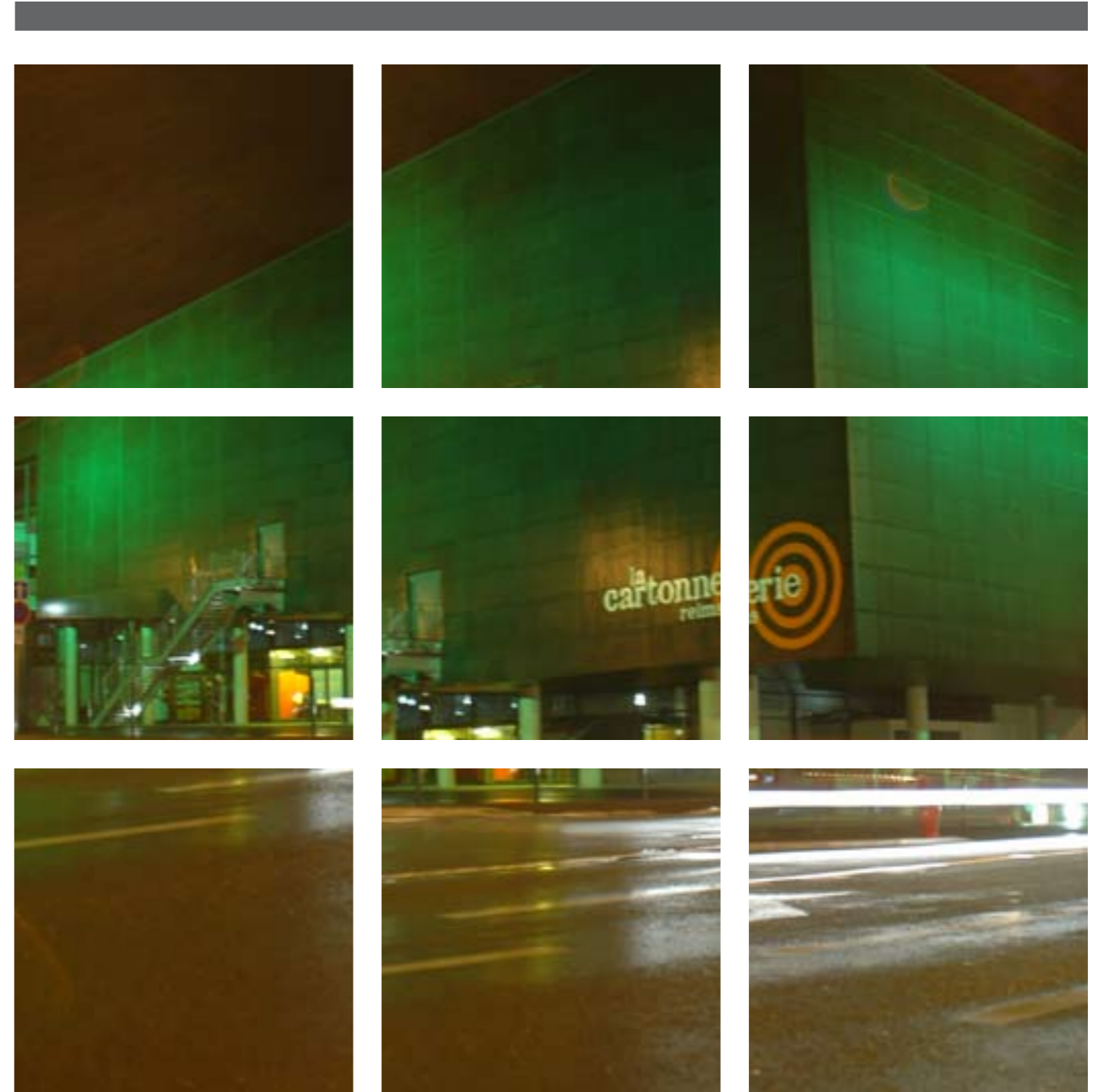
Il est dommage qu'un musicien sur deux des studios de répétition ne fasse aucune autre activité dans la Cartonnerie. Il s'agit là d'un travail que nous devons effectuer pour les amener à connaître et ensuite à fréquenter les autres activités. Cependant, la tarification semble bien adaptée aux revenus des utilisateurs, et approuvée par eux.

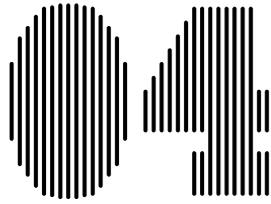
quels autres services fréquentez-vous ?

kiosque	23	18,85%
espace multimedia	11	9,02%
expositions	24	19,67%
formations	7	5,74%
accompagnement artistique	9	7,38%
conférences - débats	15	12,30%
open platines	1	0,80%
NSP	77	46,10%
total	167	-

tarifs des services

satisfaisants	72	59,00%
abordables mais perfectibles	43	35,20%
peu adaptés	4	3,30%
NSP	3	2,50%
total	122	-





CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

Chiffres de fréquentation de l'année 2005
Chiffres de fréquentation de janvier à juin 2006
& chiffres comparés

la fréquentation 2005

répartition par mois en entrées payantes & gratuites

Pour cette période de janvier à juillet, 40 concerts en 2005 et 58 en 2006.
L'année 2006 devrait se terminer aux alentours de 90 concerts.

mois	concerts	concerts gratuits	payants	gratuits	concerts gratuits	total
janvier	0	–	0	0	–	0
février	1	–	1 165	132	–	1 297
mars	12	1	5 270	959	400	6 229
avril	11	–	4 427	447	–	4 874
mai	11	1	3 683	780	350	4 463
juin	4	1	798	649	420	1 147
juillet	1	1	0	570	570	570
août	–	–	–	–	–	–
septembre	5	2	446	1 859	1 696	2 305
octobre	12	1	4 175	1 457	918	5 632
novembre	12	–	5 994	744	–	6 738
décembre	9	1	2 951	947	465	3 898
total	78	8	28 909	8 544	4 819	37 453
moyenne	6,5	0,67	413	110		480

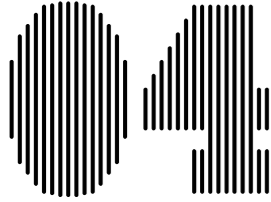
affluence des concerts soirées

la fréquentation 2006

répartition par mois en entrées payantes & gratuites

mois	concerts	concerts gratuits	payants	gratuits	concerts gratuits	total
janvier	4	–	2 071	286	–	2 357
février	4	–	1 676	273	–	1 949
mars	18	1	7 452	985	–	8 437
avril	10	–	4 352	662	–	5 014
mai	17	2	4 803	1 277	524	6 080
juin	5	–	770	269	–	1 039
juillet	–	–	–	–	–	–
août	–	–	–	–	–	–
septembre	1	1	0	750	750	750
octobre	11	–	3 828	675	–	4 503
novembre	11	–	2 524	596	–	3 120
décembre*	10	1	4 363	496	–	4 601
total*	91	4	31 839	6 297	–	38 118
moyenne	7,58	0,33	350	69		419

*chiffres estimés



CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

Chiffres de fréquentation de l'année 2005
Chiffres de fréquentation de janvier à juin 2006
& chiffres comparés

la fréquentation 2006

répartition des concerts par producteurs

fréquentation 2006	payant	gratuit	total
remca	19 985	4 797	24 782
producteurs privés	6 435	437	6 872
associations	5 723	1 063	6 786
total productions extérieures	12 158	1 500	13 658
grand total	32 143	6 297	38 440

productions 2006			rappel productions 2005		
remca	58	63,74%	remca	47	60,26%
producteurs privés	11	12,09%	producteurs privés	11	14,10%
associations	22	24,18%	associations	20	25,64%
total productions extérieures	33	36,27%	total productions extérieures	31	39,74%
grand total	91	—	grand total	78	—

On peut noter une augmentation des productions extérieures (associations et producteurs privés) en pourcentage. Rappelons que la convention SMAC demande que la structure gestionnaire produise de 50 à 60% minimum des concerts.

affluence des concerts soirées

les artistes

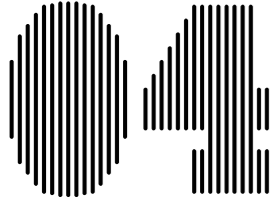
répartition & origine des artistes programmés

2005			2006 (au 30 juin)		
rock, pop, metal	60	33,71%	rock, pop, metal	44	32,59%
jazz, blues	12	6,74%	jazz, blues	5	3,70%
chanson française	23	12,92%	chanson française	22	16,30%
musiques électroniques	45	25,28%	musiques électroniques	26	19,26%
hip hop, reggae, funk	21	11,80%	hip hop, reggae, funk	22	16,3%
musiques du monde	13	7,30%	musiques du monde	11	8,15%
divers	4	2,25%	percussions	5	3,70%

origine			origine		
france	90	50,56%	france	63	46,32%
Reims, Marne, Champagne-Ardenne	38	21,35%	Reims, Marne, Champagne-Ardenne	36	26,47%
étranger	50	28,09%	étranger	37	27,21%

plus de hip hop et de chanson française, moins de jazz...

Forte augmentation des propositions rap/reggae/funk et chanson, baisse de l'électro et du jazz/blues (pas de concert djaz51 ce semestre).



CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

Chiffres de fréquentation de l'année 2005
Chiffres de fréquentation de janvier à juin 2006
& chiffres comparés

les concerts

comparatifs sur les 8 premiers mois (janvier à août)

	2005		2006	
concerts	40		58	+45%
artistes (groupes ou dj's)	100	2,5/soirée	137	2,4/soirée
payants	15 343		21 124	+37,68%
moyenne payants	384		364	
gratuits	3 537	soit 23,05%	3 752	+6,08%
moyenne gratuits	88	dont 4 concerts gratuits	66	dont 3 concerts gratuits
moyenne gratuits hors concerts gratuits	50	soit 10,59%	55	soit 12,82%
total spectateurs	18 880		24 876	
moyenne	472		429	+31,76%

forte augmentation des concerts

Pour la même période (de janvier à août), forte augmentation des concerts. Même ramené avec deux mois en moins en 2005 (premier concert le 25 février 2005), l'augmentation est sensible, et nous amènera à proposer environ 90 dates en 2006 (80 étaient annoncées dans le projet triennal).

La moyenne des entrées payantes est légèrement en baisse (moins 20 spectateurs payants en moyenne par concert), due à deux facteurs :

- effet de curiosité de l'ouverture qui s'estompe
- affluences du mois de mars 2006 moins bonne que prévue (effet CPE ?, révisions, ponts fériés nombreux...)

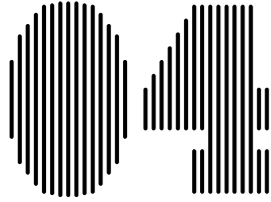
Grosse différence par contre sur les entrées gratuites, beaucoup moins nombreuses cette année qu'en 2005.

affluence des concerts soirées

projection sur une année civile entière

	2005		2006
concerts	78		91
artistes (groupes ou dj's)	174	2,2/soirée	
payants	28 909		31 839
moyenne payants	371		350
gratuits	8 544	soit 22,71%	6 297
moyenne gratuits	109	dont 8 concerts gratuits	
moyenne gratuits hors concerts gratuits	69	soit 14,37%	
total spectateurs	37 453		38 118
moyenne	480		419

Le comparatif propose une vue sur une année, sachant qu'aucune des deux années proposées n'est complète (janvier et février 2005 en moins, et deuxième semestre pour 2006)



CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

Chiffres de fréquentation de l'année 2005
Chiffres de fréquentation de janvier à juin 2006
& chiffres comparés

les concerts

comparatifs sur les 2 premières saisons

	2004 / 2005		2005 / 2006	
concerts	40		96	+115%
artistes (groupes ou dj's)	100	2,5/soirée	211	2,2/soirée
payants	15 343		34 690	+126%
moyenne payants	384		361	
gratuits	3 537	soit 18,64%	8 759	+148%
moyenne gratuits	88	dont 4 concerts gratuits	91	dont 7 concerts gratuits
moyenne gratuits hors concerts gratuits	50	soit 10,59%	55	soit 12,11%
total spectateurs	18 880		43 449	
moyenne	472		453	+126%

les deux chiffres significatifs

Le premier chiffre complet à observer est celui de la saison 2005 – 2006 avec 43 147 spectateurs (manque les chiffres définitifs des deux concerts de mi-juin 2006).
On peut néanmoins comparer les chiffres suivants :

en 2005 : 37 453 spectateurs (dont 8 544 gratuits), 78 concerts

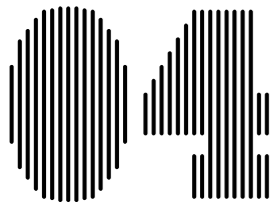
saison 2005/2006 : 43 449 spectateurs (dont 8 759 gratuits), 96 concerts

affluence des concerts soirées

les abonnés

comparatif 2005/2006 des abonnés

	fin 2005	au 14 nov. 2006
nombre d'abonnés	1 268	1 271
sexe		
hommes	65,54%	65,30%
femmes	34,46%	34,70%
origine géographique		
Reims	66,96%	70,97%
Marne (hors Reims)	23,03%	19,67%
Champagne-Ardenne (hors Marne)	3,48%	3,31%
autre région	6,55%	6,06%
csp		
étudiants / lycéens	34,62%	39,50%
travailleurs	36,75%	42,88%
demandeurs d'emploi	6,39%	9,13%
retraités	1,10%	1,42%
non-précisé	21,14%	7,08%
âge		
moins de 15 ans	0,71%	0,63%
de 15 à 25 ans	37,30%	38,39%
de 26 à 35 ans	36,36%	35,96%
de 36 à 45 ans	12,46%	11,96%
de 46 à 60 ans	7,73%	7,70%
plus de 60 ans	0,95%	1,34%
non-précisé	4,50%	3,93%



CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

Chiffres de fréquentation de l'année 2005
Chiffres de fréquentation de janvier à juin 2006
& chiffres comparés

les musiciens des studios de répétition

	groupes	semaines d'ouverture	heures payantes	moyenne payantes	heures gratuites	moyenne gratuites	total	moyenne
2005¹	119	48	4 566	95	1 386	29	5952	124
2006²	151	43	5 071	121	1 418	34	6 489	155

en 2005

119 groupes sont passés dans les studios

depuis début mars

4 566 heures payantes sur 48 semaines d'ouverture
soit une moyenne de 95 heures par semaine

1 386 heures gratuites
pour les groupes conventionnés, soit une moyenne de 29 heures par semaine

5 952 heures au total
soit une moyenne de 124 heures par semaine

en 2006 (au 24 octobre)

151 groupes sont passés dans les studios
au 4 juin

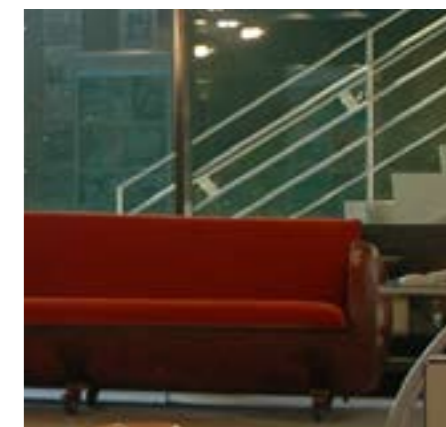
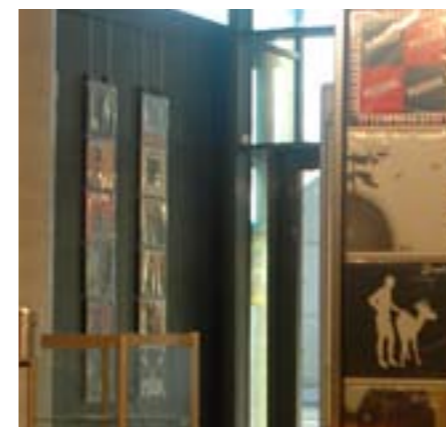
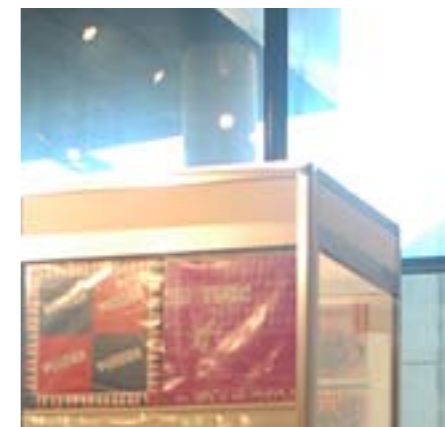
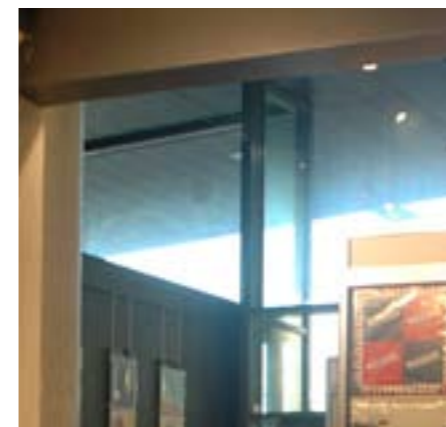
5 071 heures payantes sur 22 semaines d'ouverture
soit une moyenne de 138 heures par semaine

1 418 heures gratuites
pour les groupes conventionnés, soit une moyenne de 45 heures par semaine

6 489 heures au total
soit une moyenne de 183 heures par semaine

¹mars à déc. 2005

²janvier à oct 2006





DEUX ENQUÊTES COMPLÉMENTAIRES

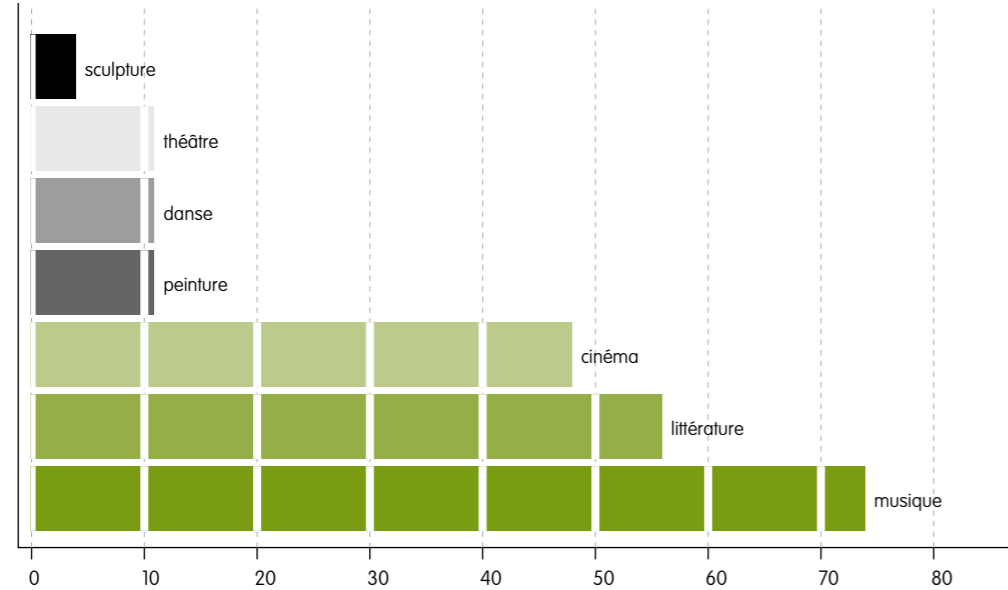
Enquête nationale sur le rapport des Français à la musique (chiffres SACEM 2005)

typologie par arts

La Sacem a mené une enquête sur la pratique musicales des français, dont voici quelques résultats.

les arts préférés des français

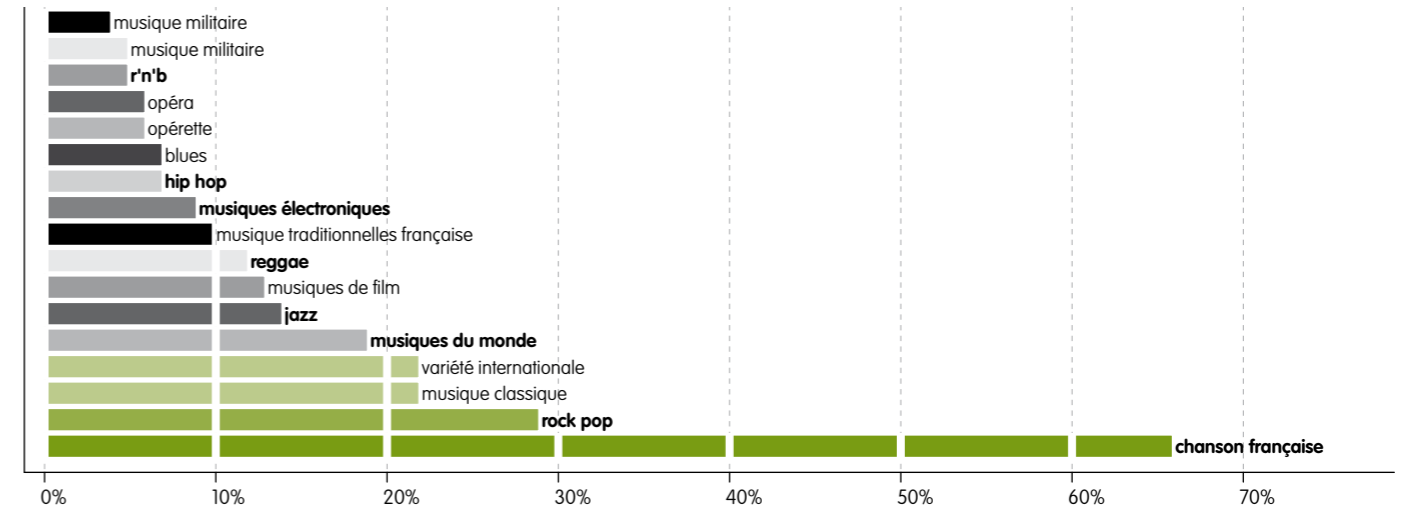
parmi les arts cités, quels sont lesquels dont vous pourriez le moins vous passer ?



moyenne	musique	littérature	cinéma	peinture	danse	théâtre	sculpture
français	74	56	48	11	11	11	4
hommes	75	49	54	10	8	8	4
femmes	73	63	43	12	14	12	4
15-24 ans	88	37	63	12	17	6	2
25-34 ans	82	52	63	9	13	9	4
35-49 ans	74	61	52	11	8	10	4
50-64 ans	68	64	42	14	8	11	3
65 ans et +	61	61	27	9	10	15	4

enquête sacem

styles musicaux favoris, mode d'écoute, concerts



NB les styles musicaux proposés par la Cartonnerie sont en gras

comment aimez-vous écouter la musique ?

chaîne hi-fi	66%
radio	61%
concert	28%
télévision	27%
dvd	15%
supports nomades	8%
internet	4%

à combien de concerts avez-vous assister ces 12 derniers mois ?

aucun	65%
un concert	10%
deux concerts	9%
trois concerts	5%
quatre concerts et +	9%
sans réponse	2%



typologie par arts

styles musicaux écoutés aux concerts

chanson française	48%
rock pop	27%
musique classique	20%
musiques du monde	11%
jazz	11%
reggae	7%
opéra	7%
variété internationale	7%
musiques électroniques	6%
musique traditionnelle française	5%
hip hop	4%
blues	4%
musique religieuse	4%
r'n'b	3%
opérette	2%
musique militaire	1%
musique de films	1%

sur la base des 33% étant allés au moins à un concert au cours des 12 derniers mois

NB les styles musicaux proposés par la Cartonnerie sont en gras

enquête nationale du cnv¹

le CNV, Centre National des Variétés, est un établissement public industriel et commercial sous tutelle du ministère de la Culture et de la Communication.

Le CNV a pour mission le soutien au spectacle vivant dans le secteur des variétés et des musiques actuelles à partir des fonds collectés par la perception de la taxe sur les spectacles de variétés.

style musical	toute représentation nationale		la Cartonnerie	
chanson	7 525	29,60%	6	8,22%
comédie musicale	1 073	4,22%	0	0,00%
jazz	2 860	11,25%	7	9,59%
pop rock	3 499	13,76%	27	36,99%
hip hop / reggae	908	3,57%	10	13,70%
musiques électroniques	616	2,42%	10	13,70%
musiques du monde	5 753	22,63%	6	8,22%
humour	916	3,60%	1	1,37%
autres	2 095	8,24%	6	8,22%
NA	175	0,69%	0	0,00%
total	25 420	100%	73	100%

pour la Cartonnerie, l'examen comparé de ce tableau montre le caractère des concerts proposés. La Cartonnerie propose ainsi plus de pop / rock, de hip hop / reggae, de musiques électroniques, et quasiment le même pourcentage pour le jazz.

au niveau national, en terme de représentation, sur 24 420 comptabilisées en France, seules 271 (soit 1,11%) se sont déroulées en Champagne Ardenne dont 73 à La Cartonnerie (soit 0,29% des représentations françaises, et 26,94% des représentations en Champagne Ardenne). En terme de spectateurs, 13 962 294 en France, 151 212 en Champagne Ardenne (soit 1,08% des spectateurs en France) dont 37 453 à La Cartonnerie (soit 0,26% en France et 24,77% en Champagne Ardenne).

La Cartonnerie "pèse" donc environ le quart des concerts et spectateurs en Champagne Ardenne.

NB La Champagne Ardenne est 19^{ème} au classement du nombre des représentations en France, et 20^{ème} en terme de fréquentation (sur 23, soit 22 régions + les DOM).

les smac, en terme de structure, ont déclaré 1 500 concerts (73 pour la Cartonnerie, soit 4,87%) et 445 983 spectateurs (37 453 à La Cartonnerie, soit 8,40%).

La moyenne s'établit nationalement à 297 spectateurs pour les SMAC et à 480 pour la Cartonnerie.

La Cartonnerie est donc une SMAC avec une moyenne largement supérieure aux autres SMAC de France, grâce notamment à la capacité de sa grande salle (1200 places).

¹ établis sur une base déclarative des organisateurs de concert, les chiffres ne reflètent pas la totalité de l'activité musiques actuelles en France, mais constitue une photographie assez fiable toutefois. Les chiffres donnés concernent la situation en Champagne Ardenne, corrélés avec celle en France, mais également sur la place de la Cartonnerie dans cette situation régionale.

