

© La Cartonnerie

**BILAN MORAL 2024**

# SOMMAIRE

<b>LES CHIFFRES CLÉS</b>	<b>3</b>
A. DIFFUSION	3
B. AUTRES CHIFFRES CLÉS	5
<b>BILAN GÉNÉRAL MORAL</b>	<b>6</b>
<b>UN LIEU VIVANT DÉDIÉ À LA DIFFUSION</b>	<b>9</b>
A. LES CONCERTS	9
B. JUMP!	19
<b>ACCOMPAGNER LES MUSICIENS</b>	<b>21</b>
A. LES STUDIOS	21
B. L'ACCOMPAGNEMENT ARTISTIQUE ET LES RÉSIDENCES	26
<b>SENSIBILISER LA POPULATION</b>	<b>31</b>
A. BILAN DES ACTIONS CULTURELLES	31
B. LA POLITIQUE TARIFAIRE	39
<b>PARTICIPER À LA VIE DU TERRITOIRE</b>	<b>43</b>
A. INSCRIPTION DANS L'ECO-SYSTEME, RÉSEAUX ET FÉDÉRATIONS	43
B. PARTENAIRES CULTURELS ET ASSOCIATIFS	46
<b>LES MOYENS AU SERVICE DU PROJET</b>	<b>47</b>
A. L'ÉQUIPE	47
B. LA STRUCTURE	54
C. LA COMMUNICATION	56
D. LE CARTOCLUB	71
<b>INSCRIPTION DANS UNE DÉMARCHÉ DE DÉVELOPPEMENT DURABLE</b>	<b>75</b>
A. À LA CARTONNERIE	75
B. JUMP	76
<b>BILAN FINANCIER 2024</b>	<b>77</b>
A. PRÉSENTATION COMPTABLE AGRÉGÉE DES TROIS BUDGETS DE LA REMCA	77
B. PRÉSENTATION DU COMPTE ADMINISTRATIF 2024 - BUDGET PRINCIPAL	78
C. PRÉSENTATION DU COMPTE ADMINISTRATIF 2024 BUDGET ANNEXE DÉBIT DE BOISSONS	79
D. PRÉSENTATION DU COMPTE ADMINISTRATIF 2024 BUDGET ANNEXE CENTRE DE FORMATION	80
E. REPARTITION BUDGETAIRE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ	81

# SYNTHÈSE 2024

## LES CHIFFRES CLÉS

### A. DIFFUSION

CONCERTS :	2024	2023
Total concerts	131	120
Dont concerts programmation régulière	117	117
<i>Dont concerts Jeune Public</i>	12	14
Dont temps forts (festivals, Jump!)	14	3

SPECTATEURS :	2024	2023
Total spectateurs	54 970	68 439
Dont programmation en saison	48 428	48 132
<i>Dont concerts Jeune Public</i>	2 113	2 668
Dont temps forts (festival LMS, Jump!)	6 542	20 307
Dont payants	41 684	55 475
Dont invitations <sup>1</sup>	3 573	7 999
Dont gratuits <sup>2</sup>	9 713	4 965

<sup>1</sup>: spectateurs invités aux concerts payants

<sup>2</sup>: spectateurs concerts gratuits

	2024	2023
Taux de remplissage :	72 %	68 %

## RÉCAPITULATIF FRÉQUENTATION DES CONCERTS

### Récapitulatif concerts – avec temps forts (festivals, Jump!)

	Concerts			Spectateurs						Moyenne Spec. /concert
	Nb.rep.	dont gratuits	% payants	Total	payants	% payants	Places exonérées	dont gratuits	dont invitations	
2015	76	9	88,16%	38 518	31 360	81,42%	7 158	2 702	4 456	507
2016	100	22	78,00	40 315	32 568	80,78	7 747	4 239	3 508	403
2017	84	21	75,00	39 285	30 212	76,90%	9 073	3 767	5 306	468
2018	96	27	71,88%	59 711	48 140	80,62	11 571	4 198	7 373	622
2019	108	20	81,48%	59 597	46 647	78,27%	12 950	4 694	8 256	552
2020	35	5	85,71%	10 267	8 483	82,62	1 784	866	918	293
2021	43	5	88,37	19 867	16 051	80,79	3 816	822	2 994	462
2022	108	13	87,96	61 435	51 280	83,47%	10 155	2 030	8 125	569
2023	120	27	77,50%	68 439	55 475	81,06%	12 964	4 965	7 999	570
2024	131	50	61,83%	54 970	41 684	75,83%	13 286	9 713	3 573	420

### Depuis 2005 :

TOTAL	1688	252	85,07%	841 068	681 783	81,06%	159 285	57 986	101 299	498
-------	------	-----	--------	---------	---------	--------	---------	--------	---------	-----

### Récapitulatif concerts – programmation de salle uniquement

	Concerts			Spectateurs						Moyenne Spec. /concert
	Nb.rep.	dont gratuites	% payants	Total	payants	% payants	Places exonérées	Dont gratuits	Dont invitations	
2015	70	9	87,14%	29 809	24 541	82,33	5 268	2 702	2 566	426
2016	100	22	78,00	40 315	32 568	80,78	7 747	4 239	3 508	403
2017	81	21	74,07	28 732	21 917	76,28%	6 815	3 767	3 048	355
2018	93	27	70,97%	39 184	32 187	82,14%	6 997	4 198	2 799	421
2019	105	20	80,95	40 181	31 748	79,01%	8 433	4 694	3 739	383
2020	35	5	85,71%	10 267	8 483	82,62	1 784	866	918	293
2021	41	5	87,80	14 551	12 451	85,57%	2 100	822	1 278	355
2022	105	13	87,2%	35 266	29 975	85,00	5 291	1 986	3 305	336
2023	117	27	76,92%	48 132	39 811	82,71%	8 321	4 965	3 356	411
2024	117	38	67,52	48 428	40 330	83,28	8 098	4 863	3 235	414

### Depuis 2005 :

TOTAL	1602	233	85,46%	671 252	552 006	82,24	119 246	50 703	68 543	419
-------	------	-----	--------	---------	---------	-------	---------	--------	--------	-----

## B. AUTRES CHIFFRES CLÉS

	2024	2023
<b>NOMBRE D'ADHÉRENTS</b>	1062	835

<b>RÉSIDENCES ARTISTES NATIONAUX</b>		
Nombre de journées de résidences accueillies	30	32
Nombre de groupes accueillis	10	8
<b>RÉSIDENCES ARTISTES REGIONAUX</b>		
Nombre de journées de résidences accueillies	44	66
Nombre de groupes accueillis	20	30

<b>NOMBRE DE MANIFESTATIONS DIVERSES</b>	8	10
--	---	----

<b>ACTION CULTURELLE</b>		
Nombre d'actions	19	21
Nombre de personnes touchées	4 399	2 461

# BILAN GÉNÉRAL MORAL

L'année 2024 marque un tournant important pour La Cartonnerie - SMAC de Reims en termes d'activité.

- 1- En raison du calendrier des manifestations artistiques et culturelles, de l'accueil de la délégation d'athlètes de Grande Bretagne et du passage de la flamme Olympique à Reims, La Magnifique Society n'a pas eu lieu en 2024. Dans la perspective d'un "report", le comité de direction de la REMCA a pris le temps de se faire accompagner dans le cadre d'une AMO (assistance à maîtrise d'ouvrage) afin de définir le mode de gestion le plus adapté à l'exploitation du festival. Une procédure de DSP (délégation de service publique) a été lancée en avril 2024. Le marché a finalement été déclaré infructueux faute d'offres de la part des candidats.
- 2- L'équipe de La Cartonnerie s'est attachée à proposer un projet connecté à son lieu, dans la continuité des actions menées à l'année. L'ambition a été de créer un laboratoire urbain, ouvert et innovant. Le projet dénommé *JUMP!* a pris la forme d'un événement multiforme, à la croisée de la culture et du sport. Un projet communautaire qui défendait l'accessibilité, la diversité et la générosité avec comme valeurs principales l'humain, le partage et le vivre ensemble.
- 3- Les concerts en salle ont remporté un vif succès et les Mardis du Floor, lancés à la rentrée de septembre 2023, se sont pleinement imposés comme un rendez-vous hebdomadaire incontournable.
- 4- Les efforts de travail sur nos « hyper activités » - englobant l'action culturelle et l'accompagnement des pratiques artistiques - ont porté leurs fruits, s'inscrivant en parfaite complémentarité avec nos objectifs de diffusion.

Malgré cette année de pause pour le festival La Magnifique Society, La Cartonnerie et son équipe ont su rebondir et se renouveler afin de continuer à mobiliser les publics en recentrant les efforts sur le projet de salle.

Les objectifs génériques du projet sont définis dans une démarche d'ouverture large au public, en proposant une diversité d'initiatives, qu'elles soient artistiques, partenariales ou culturelles. Nous travaillons quotidiennement autour des notions de coopération et de transmission, ce qui permet de favoriser l'échange et l'accessibilité pour tous.

À travers nos missions établies notamment par le label d'état SMAC (Scène de Musiques Actuelles), notre équipement est au service des trois volets d'action de notre projet :

- **la diffusion** : une programmation mêlant découvertes et têtes d'affiche, accessibilité et diversité. Nous nous faisons force d'avoir une approche alternative mais aussi rassembleuse en utilisant nos trois espaces de diffusion. Le travail collaboratif mené avec divers acteurs et initiatives culturels locaux et régionaux renforce notre ancrage territorial.
- **l'accompagnement et le soutien aux artistes** : un travail de terrain dédié à la structuration professionnelle est mené en synergie avec d'autres acteurs culturels. La Cartonnerie participe à des réseaux de diffusion (antenne régionale iNOUÏS du Printemps de Bourges et Buzzbooster) et promeut de manière concise et régulière les créations et projets du territoire. Enfin, les studios de répétitions accueillent aujourd'hui plus de 300 groupes chaque année.

- **la sensibilisation des publics et soutien aux initiatives culturelles** : renforcement de notre engagement en faveur de l'accessibilité et de la sensibilisation en développant des actions en milieu rural, en initiant des projets avec les maisons de quartier pour le public senior et en s'inscrivant dans les dispositifs d'Education Artistique et Culturelle.

Nous maintenons que :

- Notre équipement est un véritable outil partagé, au service des publics, des artistes et des acteurs culturels,
- Nos ressources sont au service des personnes et des organisations.

En 2024, nous avons su faire preuve de réactivité et d'adaptation en créant le projet *JUMP!* afin de mobiliser les publics sur la période estivale. Tout cela a été rendu possible grâce aux compétences et à la mobilisation d'une équipe soudée et dynamique. Un projet d'ensemble qui prône l'aventure collective, la transversalité et l'inclusivité.

2025 marquera une année spéciale puisque nous fêterons les 20 ans de La Cartonnerie.

# BILAN D'ACTIVITÉ 2024

# UN LIEU VIVANT DÉDIÉ À LA DIFFUSION

## A. LES CONCERTS

Grâce à son dimensionnement, à la diversité de ses espaces et à son rôle central dans le paysage des salles de musiques actuelles en France, La Cartonnerie est un lieu où se croisent et se déploient une multitude de projets :

- Des propositions artistiques pointues, destinées à un public de niche,
- Des artistes émergents commençant à fédérer une audience,
- Des talents en pleine ascension,
- Des artistes confirmés, ancrés dans le paysage musical national, voir international.

Avec au total 120 événements en Grande Salle (dont 3 pendant JUMP!), au Club ou au Floor, 165 ouvertures au public, 340 jours où la salle était en activité, l'année 2024 a été dense et dynamique à tout point de vue.

La fréquentation constante en salle (plus de 50 000 personnes en payant et environ 8000 exonérations, gratuités comprises et un taux de remplissage à 72%) confirme l'importance de maintenir une programmation diversifiée et exigeante. Fidèle à son engagement, La Cartonnerie continue de proposer une offre culturelle variée, mêlant artistes locaux, régionaux, nationaux et internationaux. Entre émergence et découverte, diversité et innovation, projets de références et nouvelles têtes d'affiche, la salle défend une approche ouverte où se croisent nouveauté et culture populaire.

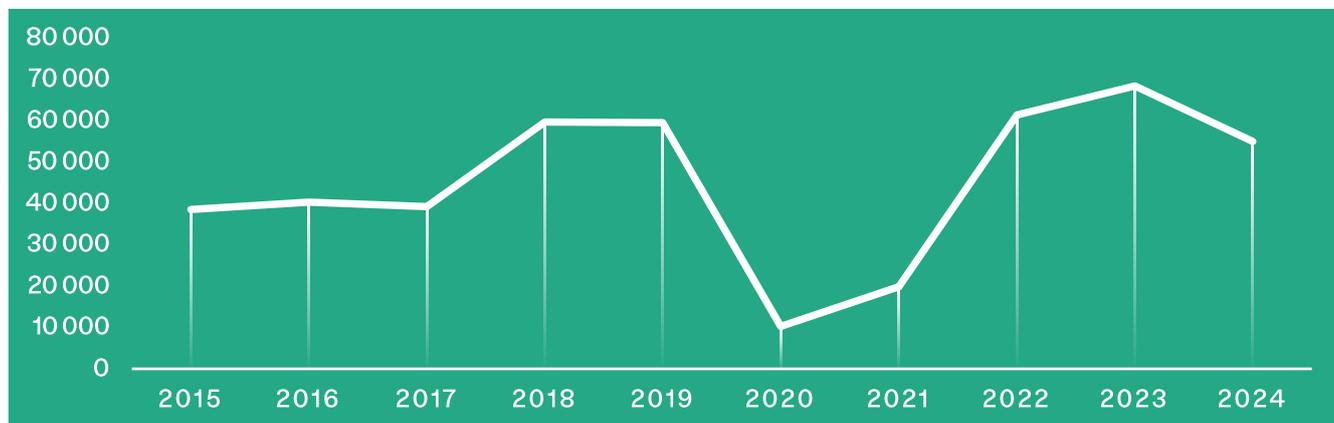
2024 marque une pleine année d'exploitation du programme intitulé «Mardis du Floor». Un rendez-vous gratuit hebdomadaire, dédié à la musique mais pas uniquement : concerts, DJ sets, sessions slam, conférences, théâtre d'improvisation, etc. Les mardis deviennent un vrai rendez-vous pour nos publics ou rencontres et découvertes artistiques sont garanties. L'exploitation régulière du Floor contribue naturellement à augmenter le nombre d'événements programmés, tout en rendant la salle plus accessible à toutes et tous grâce à une diversité de propositions artistiques et culturelles.

Au niveau de la diffusion, ce sont plus 546 000 euros dédiés aux prestations artistiques pour un montant de salaires équivalent à 104 000 euros (embauche des équipes techniques).

## ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES CONCERTS

(FESTIVALS ET TEMPS FORTS INCLUS)

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
38 518	40 315	39 285	59 711	59 597	10 267	19 867	61 435	68 439	54 970

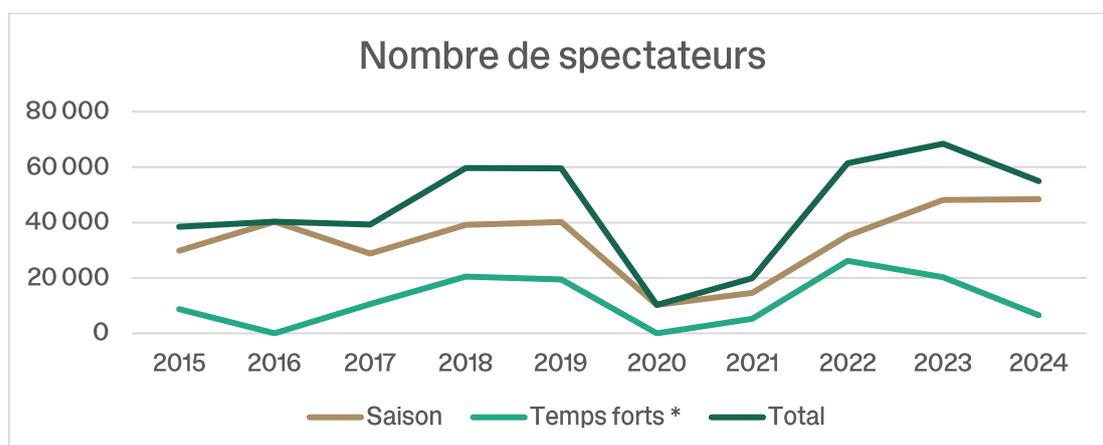


	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Saison	29 809	40 315	28 732	39 184	40 181	10 267	14 551	35 266	48 132	48 428
Temps forts *	8 709	0	10 553	20 527	19 416	0	5 316	26 169	20 307	6 542
<b>Total</b>	<b>38 518</b>	<b>40 315</b>	<b>39 285</b>	<b>59 711</b>	<b>59 597</b>	<b>10 267</b>	<b>19 867</b>	<b>61 435</b>	<b>68 439</b>	<b>54 970</b>

\*Festivals et temps forts organisés par la REMCA depuis l'ouverture : On the Road, Vortex, Elektriccity, La Magnifique Society, Jump!

Avec une fréquentation en salle stable par rapport à 2023, nous poursuivons une activité dense et diversifiée, essentielle pour répondre aux attentes des publics que nous mobilisons au quotidien. La baisse de la fréquentation globale s'explique par l'absence du festival La Magnifique Society en 2024.

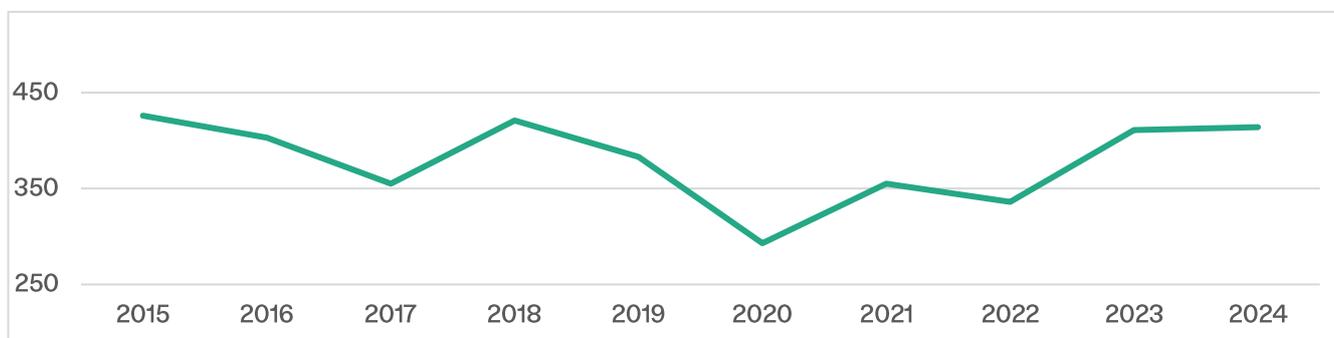
En revanche, le projet estival JUMP!, en extérieur et en lien avec notre salle, s'est étendu sur trois week-ends, accueillant jusqu'à 700 personnes par jour (hors exploitation de notre grande salle, au nombre de 3 dates). Plus de 6500 personnes ont pu profiter, gratuitement, d'un événement unique et multiforme, alliant sport et culture.



## MOYENNE ANNUELLE DE FRÉQUENTATION

### Hors temps forts et festivals :

Année	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Moyenne spectateurs	426	403	355	421	383	293	355	336	411	414



### Temps forts et festivals inclus :

Année	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Moyenne spectateurs	507	403	468	622	552	293	462	569	570	420

Concernant la fréquentation globale, le nombre total de spectateurs en 2024 est en baisse significative par rapport à 2023. Cette diminution est essentiellement due à l'absence du festival La Magnifique Society en 2024.

En revanche, la fréquentation des concerts liés à la saison régulière reste stable voire en légère progression, ce qui révèle une solidité du socle de programmation régulière et une fidélité du public habituel.

La fréquentation moyenne par événement (hors festivals et temps forts) est quasiment stable (+0,7%). Ce maintien est un signal positif : malgré une baisse globale du nombre de spectateurs, chaque événement attire toujours autant, preuve de la pertinence de l'offre artistique et de la bonne identification de La Cartonnerie auprès de son public de saison.

Enfin la moyenne par événement, tous formats confondus, reste également stable malgré l'écart de fréquentation entre le festival et le temps fort JUMP!. Cela sous-entend que les événements portés par La Cartonnerie en salle ont globalement un bon niveau de fréquentation.

Production Cartonnerie / REMCA
Temps fort de saison (production Cartonnerie)
Coréalisation
Coproduction avec les associations
Coproduction avec autres structures
Co-prod. avec organisateurs professionnels

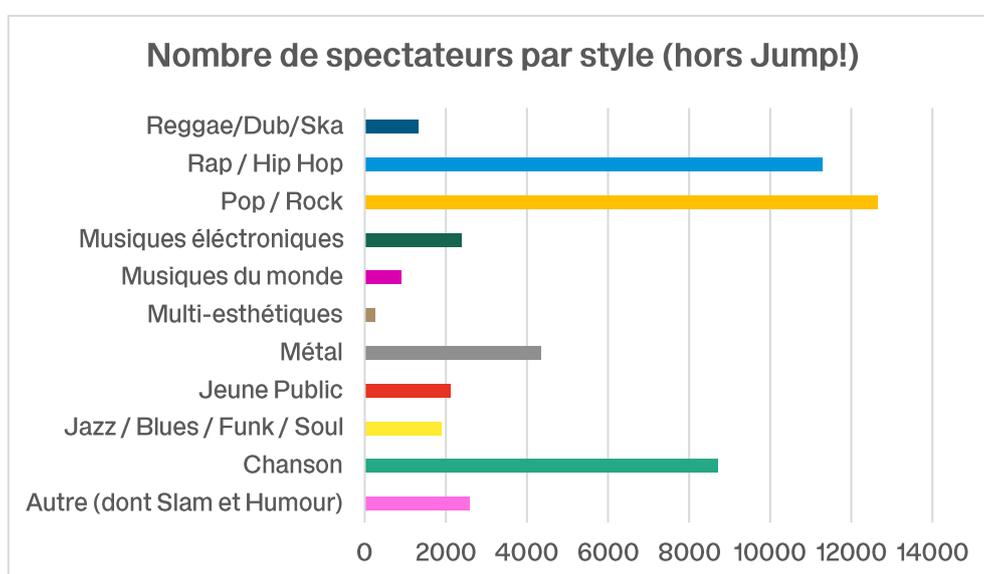
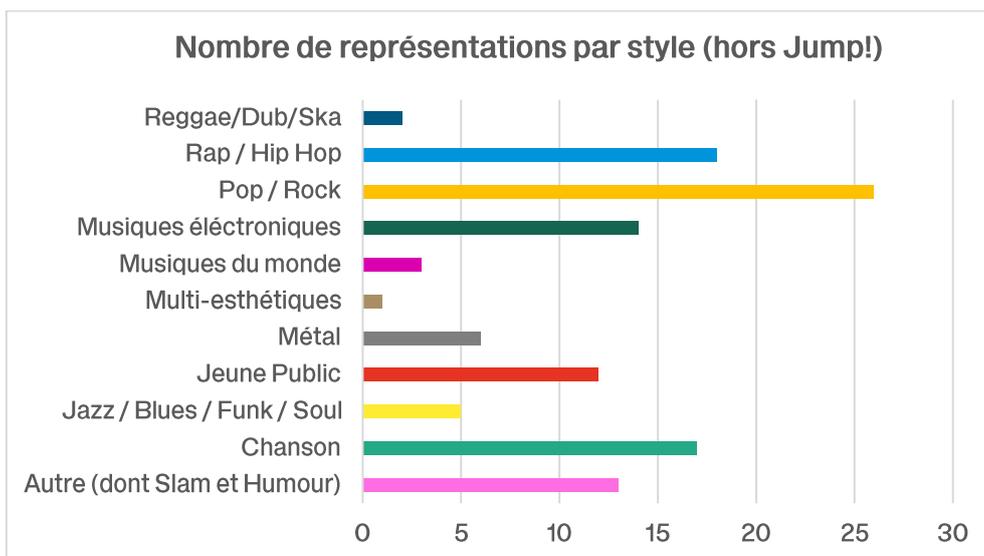
Date	Plateau	Nb	STYLE	PAYANTS	GRATUIT	TOTAL	Salle
09/01	MARDI DU FLOOR : ATELIER SLAM + LE GRAM	1	A	0	148	148	Club
12/01	PLANET INFERNO BY LA FORGE ET MOONSHINERS	1	E	175	28	203	Club
13/01	PLANET INFERNO BY LA FORGE ET MOONSHINERS	1	E	176	30	206	Club
16/01	MARDI DU FLOOR : AD LIBITUM	1	E	0	86	86	Floor
19/01	LES INOUI DU PRINTEMPS DE BOURGES	1	TE	0	256	256	Club
23/01	MARDI DU FLOOR : LE CAGIBY	1	R/HH	0	173	173	Floor
23-24/01	CARTO KIDZ : MEMORIA	3	JP	213	23	236	Grande Salle
25/01	TORTOZA	1	P/R	116	27	143	Club
30/01	Mardi Du Floor : ATELIER SLAM + LE GRAM	1	A	0	167	167	Club
01/02	ZAHO DE SAGAZAN + TUMULTE	1	C	1130	48	1178	Grande Salle
02/02	DANCE'O'DROME #2 : YUKSEK + BARBARA BOEING + VOILAA SOUND SYSTEM + ALEX BLEX	1	E	270	32	302	Club
03/02	PIERRE DE MAERE + JEAN CASTEL	1	P/R	1130	50	1180	Grande Salle
06/02	MARDI DU FLOOR : DINER AMAZIGH	1	MDM	0	118	118	Floor
08/02	MASS HYSTERIA + PROTOGONOS	1	M	1133	60	1193	Grande Salle
09/02	TSEW THE KID + POLLUX + LAPOSTROZ	1	R/HH	574	32	606	Grande Salle
10/02	FARAWAY - CLUB MEDITERRANEE	1	MDM	117	109	226	Club
13/02	PEACE & LOBE par Rachid Wallas & The Fatpack	2	JP	552	26	578	Grande Salle
13/02	Mardi Du Floor : HYRTIS par La Mine	1	A	0	134	134	Floor
15/02	DITZ + NUI[S]ENS	1	P/R	258	44	302	Club
16/02	ROMEO ELVIS + MORGAN	1	R/HH	947	32	979	Grande Salle
17/02	BENJAMIN BIOLAY + VAILLANT	1	C	1138	54	1192	Grande Salle
20/02	MARDI DU FLOOR : BIG MIC #4	1	R/HH	0	98	98	Floor
23/02	EDDY DE PRETTO + YASSIN STEIN	1	P/R	1142	42	1184	Grande Salle
24/02	IAM + STUDIO 511	1	R/HH	1118	67	1185	Grande Salle
27/02	MARDI DU FLOOR : BASS MOTION	1	E	0	58	58	Floor
01/03	THE LIBERTINES + CHESTER REMINGTON	1	P/R	1128	56	1184	Grande Salle
02/03	DINOS + ARS-N	1	R/HH	1139	43	1182	Grande Salle
05/03	MARDI DU FLOOR : DRIP KULTURE	1	R/HH	0	182	182	Floor
09/03	POP WOMEN FESTIVAL - ADELE CASTILLON + SILDA	1	P/R	335	63	398	Club
12/03	MARDI DU FLOOR : ATELIER SLAM + LE GRAM	1	A	0	168	168	Club
14/03	JALEN NGONDA + MT JONES	1	J/B/F/S	260	27	287	Club
15/03	MAELLE + GUSTINE	1	C	184	40	224	Club
16/03	FAADA FREDDY + NYV	1	R/HH	714	55	769	Grande Salle

Date	Plateau	Nb	STYLE	PAYANTS	GRATUIT	TOTAL	Salle
19/03	MARDI DU FLOOR : DAMES SESSION #2	1	C	0	63	63	Floor
20/03	AVATAR + URNE	1	M	1143	25	1168	Grande Salle
21/03	CARAVAN PALACE + WILDATION	1	P/R	935	46	981	Grande Salle
22/03	AYMERIC LOMPRET	1	A	422	27	449	Grande Salle
23/03	MC SOLAAR + STARLION	1	R/HH	1114	72	1186	Grande Salle
26/03	DELGRES + MASSTO	1	P/R	200	32	232	Club
27/03	LESCOP + VONFELT	1	P/R	178	18	196	Club
28/03	NUIT INCOLORE + OUIDAD	1	C	506	63	569	Grande Salle
30/03	MALIK DJOUDI - AU MANEGE	1	C	215	32	247	Extérieur
02/04	MARDI DU FLOOR : ATELIER SLAM + LE GRAM	1	A	0	219	219	Club
04/04	OLIVIA RUIZ + APOLLON	1	C	883	42	925	Grande Salle
05/04	FRUSTRATION + MARRY BELL	1	P/R	275	49	324	Club
09/04	Mardi Du Floor : REGGAE AFTERWORK #1	1	R/D/S	0	148	148	Floor
15/04	CARTO KIDZ : SAPRITCH	2	JP	174	67	241	Grande Salle
16/04	MARDI DU FLOOR : SAPRITCH	1	JP	0	25	25	Floor
18/04	BUZZBOOSTER : YEND + LE J.O + KYWSOO + NAVYBLUE	1	R/HH	0	82	82	Club
19/04	LANDMVRKS + THE DEVIL WEARS PRADA + LIKE MOTHS TO FLAMES + GUILT TRIP	1	M	773	50	823	Grande Salle
23/04	MARDI DU FLOOR : LOTOTUNE	1	A	0	62	62	Floor
30/04	MARDI DU FLOOR : GABARI FEST	1	P/R	0	127	127	Floor
07/05	MARDI DU FLOOR : SOURCE PHONIQUE	1	E	0	71	71	Floor
14/05	MARDI DU FLOOR : ATELIER SLAM + LE GRAM	1	A	0	200	200	Club
17/05	OBSIDIENNE #1/ ENYNJA B2B LOIC KNAI + MEKANO + RABAT	1	E	170	11	181	Club
18/05	SO LA LUNE + YOUNG POOR ALO	1	R/HH	1161	23	1184	Grande Salle
21/05	MARDI DU FLOOR : MAUDITS + PARLOR	1	M	0	161	161	Floor
23/05	JAIN + MAU	1	P/R	1129	59	1188	Grande Salle
28/05	MARDI DU FLOOR : JT + DIRTY MONSTA + FLAUIROS	1	E	0	51	51	Floor
05/06	JUMP PARTY : MILLEANS	1	E	0	198	198	Extérieur
06/06	JUMP : LAVENTURE + PRIEUR DE LA MARNE + DITTER	1	TE	0	173	173	Extérieur
07/06	JUMP : MARABOUTAGE + CED SWIFT DJ SET + DJ POOM	1	E	0	538	538	Extérieur
08/06	JUMP : BONNE NUIT A DEMAIN	1	E	0	641	641	Extérieur
13/06	JUMP : HENGE + MAO CORMONTREUIL + GARCON D'ONER + TIOKLU	1	P/R	0	357	357	Extérieur
15/06	JUMP : FRANCIS FORD FIESTA + WOUHOU GIRLS	1	P/R	0	680	680	Extérieur
16/06	JUMP : YUKSEK + TIGERBALM + SOULEANCE LIVE BAND + FURIE SOUNDSYSTEM	1	E	0	335	335	Extérieur
19/06	JUMP : AIR	1	E	974	168	1142	Grande Salle
19/06	JUMP : HOTEL LUX + CRATL + TEMPO Dj Set	1	P/R	0	156	156	Extérieur
20/06	JUMP : KOKOKO + FAYSAAL MOSTRIX + NIZ	1	TE	0	188	188	Extérieur
21/06	JUMP : KAESARIAN + KARMA + SINK + NAARCOSE + LUCIAN E. WOOD	1	P/R	0	463	463	Extérieur
22/06	JUMP : UNBLOCK PROJECT + ACID ARAB + SWAN MEAT + ASTEREOTYPIE + DECIUS	1	TE	380	170	550	Grande Salle
22/06	JUMP : DJ LAB + AMARE Dj Set + TROOPERS + NATHAN ZAEF	1	E	0	360	360	Extérieur
23/06	JUMP : SOUFFRANCE + VGT + 7CTEUR + B-TOX + LALBI + ENO HIGH + ZACK 47 + VENUM...	1	R/HH	0	761	761	Extérieur
27/06	STEEL PANTHER + BLACKRAIN	1	M	571	31	602	Grande Salle

Date	Plateau	Nb	STYLE	PAYANTS	GRATUIT	TOTAL	Salle
21/09	GRAND OPENING : CROUSTIBASS + PAT KALLA & LE SUPER MOJO	1	E	0	234	234	Club
26/09	EVA + ROXY B	1	R/HH	642	40	682	Grande Salle
28/09	REVES ELECTRONIQUES : THOMAS ABKERSMIT + DEEAT PALACE + PARQUET	1	E	77	85	162	Club
01/10	ATELIER SLAM	1	A	0	184	184	Club
01/10	Mardi Du Floor : RJR CAMPUS + KIPLAN	1	P/R	0	63	63	Floor
03/10	EMMA PETERS + UGO DEL ROSSO	1	P/R	495	35	530	Grande Salle
04/10	MINISTERE A.M.E.R + SOB	1	R/HH	705	54	759	Grande Salle
05/10	DANCE O DROME 4 : DIOGO STRAUZS + TREPANADO + YUKSEK + DJ LAB	1	E	231	14	245	Club
08/10	Mardi Du Floor : NOIR BOY GEORGE + RHUME CARABINE	1	P/R	0	112	112	Floor
11/10	SUNNYSIDE AFRICA TODAY ! GANGBE BRASS BAND + ARTICLE 15 FEAT LOVA LOVA	1	J/B/F/S	206	35	241	Club
12/10	SUNNYSIDE SUNNY SOUL CLUB	1	J/B/F/S	336	56	392	Club
15/10	CARTO KIDZ : PEACE & LOBE	2	JP	737	56	793	Grande Salle
15/10	MARDI DU FLOOR : ON AIR	1	P/R	0	71	71	Floor
16/10	THE STRANGLERS + DEVORE	1	P/R	1136	43	1179	Grande Salle
17/10	JACQUES + NONOSUKE + CHASSEUR CUEILLEUR	1	E	155	35	190	Club
18/10	ZOUFRIS MARACAS + LUIZA	1	C	760	35	795	Grande Salle
22/10	CARTO KIDZ : Ciné-concert	2	JP	216	24	240	Club
22/10	MARDI DU FLOOR : LES NUITS TRANSATLANTIQUES : VENDOU + VIRGINIE B + BIBI CLUB	1	P/R	0	80	80	Floor
23/10	DOULLY + GOWAN	1	A	420	16	436	Grande Salle
24/10	BANDIT BANDIT + ASTRAL BAKERS	1	P/R	146	30	176	Club
26/10	WILDERNESS	1	E	296	5	301	Club
29/10	MARDI DU FLOOR CAGIBY : NAVYBLUE + ZENOR + ESSIE + ACAN + CHILDREAMER + KIJAH	1	R/HH	0	222	222	Floor
31/10	ROUHNAA + KEFFRAN	1	R/HH	408	30	438	Grande Salle
01/11	CHILLA + YEND	1	R/HH	134	14	148	Club
05/11	MARDI DU FLOOR : LE GRAM	1	A	0	48	48	Floor
05/11	ATELIER SLAM	1	A	0	209	209	Club
06/11	CLAUDE + JOSY BASAR	1	P/R	83	21	104	Club
07/11	BEN PLG + QUATTRO	1	R/HH	200	43	243	Club
09/11	DAGOBA + DEADWOOD	1	M	365	28	393	Club
10/11	MULATU ASTAKE	1	C	203	22	225	Club
10/11	THOMAS SCHMALL - PAVILLON RUINART	1	C	0	50	50	Extérieur
13/11	ROBERT FINLEY + DIRTY DEEP	1	J/B/F/S	318	15	333	Club
14/11	KOKOMO + THE NUCLEONS PROJECT	1	P/R	1001	53	1054	Grande Salle
15/11	ZAOUÏ + ETIENNE DETRE	1	C	301	34	335	Club
16/11	STEVE'N'SEAGULLS + LUCIAN E. WOOD	1	P/R	875	42	917	Grande Salle
19/11	MARDI DU FLOOR : MEOTEW + BRUIT FANTOME	1	E	0	98	98	Floor
20/11	CHARABIA : CLARA YSE + ALIOCHA SCHNEIDER	1	C	543	229	772	Grande Salle
21/11	CHARABIA : DIONYSOS + LIV ODMANN	1	C	934	204	1138	Grande Salle
22/11	CHARABIA : ZADMANE + DANYL	1	C	434	40	474	Grande Salle
26/11	MARDI DU FLOOR : WARIETTA + BAPTIZEIN	1	P/R	0	62	62	Floor
28/11	ORANGE BLOSSOM + LADISLAVA	1	MDM	505	44	549	Grande Salle

Date	Plateau	Nb	STYLE	PAYANTS	GRATUIT	TOTAL	Salle
29/11	PEPITE+ MARGUERITE THIAM	1	P/R	127	48	175	Club
03/12	ATELIER SLAM	1	A	0	163	163	Club
03/12	MARDI DU FLOOR : DAMES SESSION #3	1	C	0	18	18	Floor
04/12	KIMBEROSE + FLOWNESS	1	J/B/F/S	584	47	631	Grande Salle
05/12	ALAIN CHAMFORT + MR PELICAN	1	C	430	15	445	Grande Salle
06/12	LUTHER + 6ILVER	1	R/HH	1147	35	1182	Grande Salle
07/12	DANAKIL + DUB SILENCE	1	R/D/S	1122	52	1174	Grande Salle
14/12	VOX LOW + BRACCO	1	P/R	260	21	281	Club
17/12	MARDI DU FLOOR : KING HANNAH + JOE GIDEON	1	P/R	0	402	402	Club
20/12	MARGAUX CLAUDEL - PAVILLON RUINART	1	C	0	50	50	Extérieur

## REPARTITION PAR STYLE MUSICAL



La Cartonnerie reste un lieu défricheur de talents, nous portons une attention particulière aux artistes locaux et régionaux qui sont souvent programmés et présentons des artistes qui font l'actualité musicale à l'échelle nationale ou internationale, issus des sept grandes familles musicales :

- du rock et ses dérivés (pop, rock psychédélique, post punk, shoegaze, new-wave, progressif, garage, stoner, folk, noise...),
- du hip-hop (rap, pop urbaine...)
- de la chanson,
- de la musique issue de la culture afro-américaine (soul, jazz, blues, funk...),
- des musiques « extrêmes » (métal, hardcore...),
- de la musique électronique ou courants musicaux assimilés,
- des musiques dites « du monde ».

La programmation artistique de La Cartonnerie se caractérise donc par une diversité de styles musicaux, même si certains genres se distinguent nettement en termes de volume d'activités et d'attractivité publique.

Le style Pop/Rock apparaît comme un pilier central de la programmation, suivi par le Rap/Hip Hop et musiques électroniques qui s'installent durablement dans l'offre artistique de La Cartonnerie et témoignent d'un ancrage fort auprès des publics jeunes et urbains. La chanson, le jazz et musiques assimilées contribuent à l'équilibre de l'offre artistique, notamment à travers le festival Charabia et Sunnyside.

Les genres comme le Métal, les Musiques du monde ou le Reggae/Dub/Ska répondent à la diversité culturelle.

Enfin, la programmation de La Cartonnerie est accessible dès le plus jeune âge et permet de questionner, de nourrir l'imaginaire et s'ouvrir au monde. Ces séances sont dédiées à un public scolaire et aux familles, prescripteurs de notre projet et futurs utilisateurs.

## RÉPARTITION DES CONCERTS ET DE LA FRÉQUENTATION PAR TYPE DE PRODUCTION

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Production Cartonnerie / Coréa.	68	78	50	60	68	20	31	76	90	104
Coproductions avec les Associations	8	22	26	24	28	14	6	23	16	18
Coproductions avec autres structures			8	12	11	1	7	9	4	3
Co-prod. avec org. professionnels	0	0	0	0	1	0	0	0	10	6
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100</b>	<b>84</b>	<b>96</b>	<b>108</b>	<b>35</b>	<b>44</b>	<b>108</b>	<b>120</b>	<b>131</b>

	Nb. de représentations	% par type de production	% de la fréquentation
Production Cartonnerie / Coréa.	104	79,4%	87,2%
Coproductions avec les Associations	18	13,7%	6,4%
Coproductions avec autres structures	3	2,3%	0,6%
Co-prod. avec org. professionnels	6	4,6%	5,8%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>131</b>		

Notre activité de diffusion est majoritairement concentrée sur des coréalisations et des productions directes. Cela nous confère une totale maîtrise et liberté de programmation.

Cette programmation est issue d'un travail collectif entre le directeur général, un conseiller artistique externe à la structure et des personnes ressources de l'équipe telles que notre responsable de l'accompagnement des pratiques et des publics ou encore notre chargée d'action culturelle pour les propositions dédiées au jeune public.

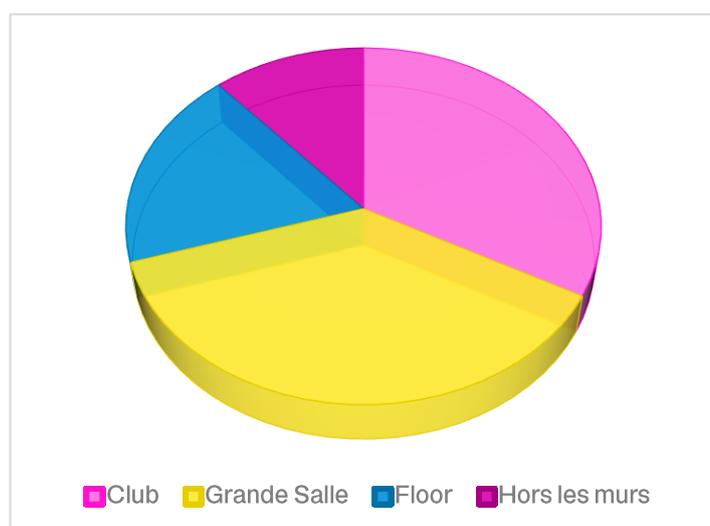
La Cartonnerie est à la fois un lieu d'accueil et un soutien professionnel pour une majorité de dynamiques locales :

- Festival Sunnyside porté par la Coopérative Jazzus,
- Festival Charabia porté par la maison de production Ulysse Maison d'artistes et l'artiste local Barcella,
- Festival Rêves Electroniques porté par Césaré (CNCM),
- Mise à disposition du club en co-production avec les associations locales,
- Accueil et suivi d'événements au Floor à destination des collectifs, associations, porteurs de projets divers,
- Mise à disposition d'une partie de notre matériel technique pour des projets « hors les murs »,
- Transmission de compétences administratives, techniques et de production.

Les productions Cartonnerie ou co-réalisations sont en augmentation du fait de la création du programme hebdomadaire "Mardi du Floor". Ce programme est principalement dédié à la scène locale et peut être produit directement par La Cartonnerie ou co-produit avec les associations locales.

### RÉPARTITION PAR LIEU

	Club	Grande Salle	Floor	Hors les murs	Total
2015	34	33	5	4	76
2016	47	36	11	6	100
2017	43	23	10	8	84
2018	41	37	12	6	96
2019	56	37	7	8	108
2020	16	14	0	5	35
2021	18	21	0	5	44
2022	67	37	0	4	108
2023	58	48	11	3	120
2024	43	49	24	15	131



L'activité est stable par rapport à 2023 avec une tendance à l'équilibre entre nos concerts en grandes salles et au club. Malgré une pratique des publics de plus en plus concernés et attentifs par les artistes de renommée nationale et internationale, nous avons mis tout en œuvre pour trouver un équilibre à exploiter notre Club et le Floor de manière plus régulière afin de proposer un panel d'artistes émergents et alternatifs destinés aux plus curieux.

## B. JUMP!

Un événement unique porté par La Cartonnerie, pendant 3 week-ends, du 6 au 23 juin 2024.

### Le contexte

Les Jeux Olympiques / une année de pause pour La Magnifique Society.

Le dimanche 30 juin 2024, Reims accueille le passage de la flamme Olympique.

Lors des JO 2024, 5 sports additionnels, populaires auprès des jeunes font leur apparition et deviennent des disciplines officielles.

### Le contenu

Un programme dédié à 3 des nouvelles disciplines des JO : skateboard, basket ball 3x3 et breakdance.

Concerts et dj sets, tournois, battles, contests, conférences, ateliers et animations jeune public, streetfood, exposition...

### Les valeurs

Au même titre que la culture, le sport porte haut les valeurs d'équité, du travail d'équipe, d'égalité, d'inclusion et de respect. Il procure émotion et frisson. Il réunit.

Créer à la fois un lieu de vie pour les habitants.es de la commune, un lieu de fête incontournable pour la ville et un laboratoire de créativité pour le territoire.

### Les espaces

- La grande salle de la Cartonnerie pour des concerts exceptionnels,
- Le parking de La Cartonnerie totalement revisité se réinvente en *culture court*, en lieu de vie, avec :
  - o Un espace scénique,
  - o Un playground,
  - o Un espace bar + food hall
  - o Une zone chill
  - o Une aire de jeux
  - o Un espace partenaires

Ce sont près de 7 000 participants qui ont vibré au rythme de cet événement à la croisée de la culture et du sport. Concerts, DJ sets, battles, expositions, conférences, ateliers, jeux, espaces chill et streetfood ont pris place sur le parking de La Cartonnerie tout en mettant en lumière trois nouvelles disciplines olympiques : le skateboard, le basket-ball 3x3 et le breakdance. Cet événement, initié et porté par La Cartonnerie, s'est inscrit dans la lignée de son projet artistique et culturel et vient, par son approche urbaine, ouverte et innovante, défendre des valeurs d'accessibilité et de diversité. Une clôture de saison tout en sourire.



# ACCOMPAGNER LES MUSICIENS

## A. LES STUDIOS

Observatoire privilégié des pratiques musicales locales, les Studios de la Cartonnerie proposent, à des tarifs accessibles à tous, 6 studios de répétitions de 15 à 50 m<sup>2</sup> ainsi qu'un studio d'enregistrement à vocation pédagogique (maquettage). Ils sont ouverts tous les jours, sauf événements exceptionnels et périodes de congés (été et fin d'année).

Les Studios ont deux vocations essentielles :

- être **accessibles à tous les pratiquants** de musiques amplifiées, amateurs et professionnels,
- proposer un **cadre matériel et logistique confortable** ainsi qu'un lieu ressource pour les usagers.

Un régisseur est donc toujours présent de l'ouverture à la fermeture, afin d'en garantir le bon fonctionnement, la convivialité et jouer le rôle de **premier interlocuteur des musiciens** sur les aspects techniques, artistiques, logistiques... Œuvrant à l'amélioration globale du niveau de pratique de leurs usagers, les Studios constituent donc la **base de la politique de soutien de la scène locale** opérée par la Cartonnerie, en tant qu'élément de veille, de repérage des nouveaux projets et de connaissance des problématiques des artistes.

### ① ACCESSIBILITÉ DES STUDIOS DE RÉPÉTITION

Outre la permanence téléphonique assurée par le régisseur en poste aux heures d'ouverture publique, un système de consultation des plannings des studios et de réservation est disponible en ligne via le site : [www.quickstudio.com](http://www.quickstudio.com)

### ② JOURS ET HEURES D'OUVERTURE

Les horaires ont été réajustés en cours d'année pour mieux répondre aux usages :

- Du lundi au vendredi : 15h > 23h
- Samedi & dimanche : 14h > 20h

En semaine le créneau 10h-14h a été ouvert pour les artistes accompagnés, les professionnels et les collectifs structurés en capacité d'être autonomes. Cela permet de remplir le double objectif d'élargir l'offre à celles et ceux qui consacrent l'essentiel de leur temps à la musique, et de désengorger les créneaux de l'après-midi et du soir.

Les Studios sont fermés au public l'équivalent d'un mois sur douze : une semaine lors des fêtes de fin d'année et trois semaines de la fin juillet à la mi-août, dont une semaine est dédiée à la maintenance des studios et du matériel.

### ③ TARIFS :

Les tarifs de location des locaux ou du matériel se situent dans la moyenne basse des prix pratiqués par les équipements comparables, dans l'optique de garantir leur accessibilité au plus grand nombre et à la plus grande variété de pratiquantes et pratiquants. Afin d'optimiser l'utilisation des locaux, de répondre à une demande croissante et de servir au mieux les besoins des artistes, les musiciens accompagnés et les professionnels, travaillant avec la Cartonnerie, peuvent répéter gratuitement en semaine, en dehors des horaires d'ouverture au public.

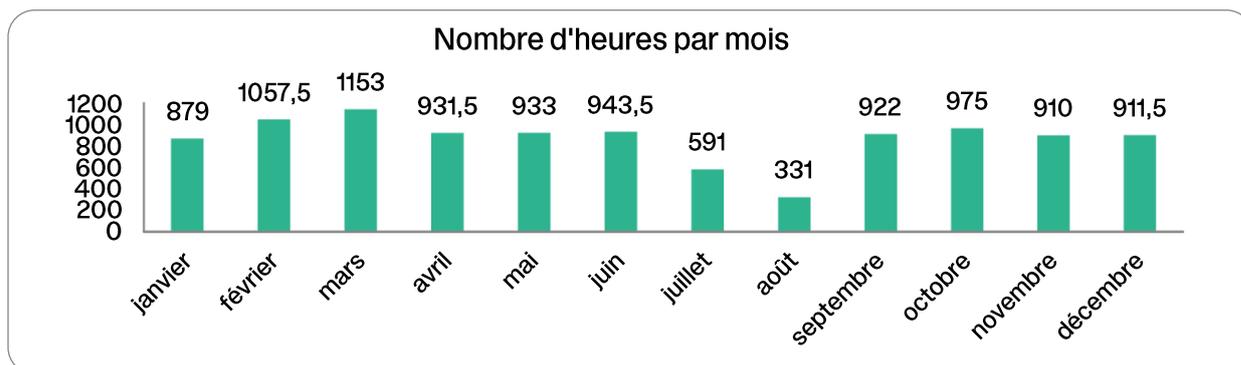
Récapitulatif des tarifs de répétition	Tarifs
Heure solo/duo	5 €
Forfait 15H solo/duo	50 €
Forfait 30H solo/duo	75 €
Forfait 30H solo/duo - conventionné	60 €
Heure groupe	8 €
Forfait 15H groupe	75 €
Forfait 30H groupe	120 €
Forfait 30H groupe - conventionné	100 €

### ④ BILAN MORAL DES STUDIOS DE RÉPÉTITION

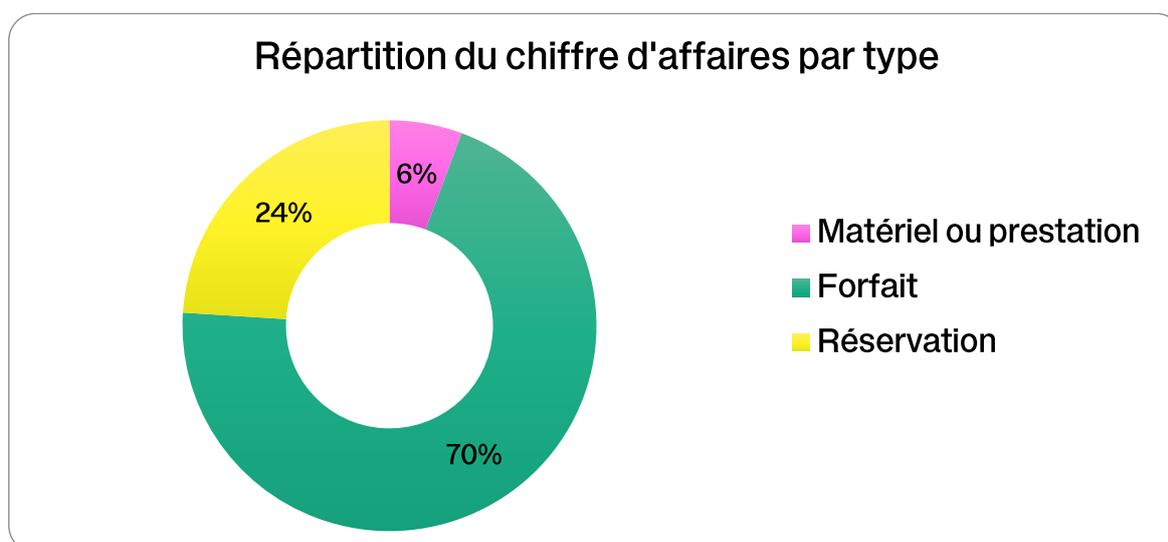
L'année 2024 a été celle d'un rafraîchissement des locaux et du renouvellement d'une partie du matériel. L'objectif était de répondre à la l'élargissement du public des Studios vers plus de diversité sociale et artistique.

Comparaison chiffrée 2024 par rapport à 2023 :

- ⊙ le nombre de **groupes actifs** -ayant répété à la Cartonnerie ne serait-ce qu'une fois dans l'année - est en **forte augmentation, passant de 296 à 356**. Ces chiffres traduisent le rajeunissement et la diversification des usagers à l'œuvre ces dernières années, avec une féminisation encore marginale mais en progression constante. Les données précises concernant les usagers étant en cours d'actualisation elles sont pour le moment trop partielles pour être analysées.
- ⊙ Le nombre total d'**heures de répétition connaît une légère baisse** (de 11 238 à 10 538 heures) faisant suite à l'augmentation de 20% enregistrée en 2023. Ceci est notamment dû à des répétitions plus courtes et au cumul des jours de fermeture qui ont été nécessaires tant pour les travaux que pour les différentes activités utilisant ponctuellement les studios (JUMP! par exemple).



- ⊙ Le nombre de réservations annuelles entre 2023 et 2024 augmente de 2931 à 3200, et vient confirmer une augmentation déjà importante de 25% en 2023, avec des durées moyennes de répétition qui continuent de baisser (de 3,8 à 3,3h). Ces chiffres sont la conséquence d'un nombre d'utilisateurs plus important et de pratiques qui évoluent, avec notamment un usage plus ponctuel et plus resserré des locaux pour les esthétiques produites numériquement.
- ⊙ Le chiffre d'affaires se stabilise à 29 000€, après une forte augmentation de 38% en 2023. La vente de forfaits, qui fidélisent les utilisateurs représente désormais 70% du chiffre d'affaires des Studios. À noter que ces chiffres concernent uniquement la location de locaux et de matériel, les chiffres du bar étant à part.



Ces résultats chiffrés montrent une consolidation en 2024 des bons résultats obtenus en 2023 sur l'utilisation de ce service par les publics : les Studios répondent donc de plus en plus optimale aux besoins des pratiquant.e.s. Il est important de souligner que l'activité d'accompagnement et de soutien à la scène et aux acteurs locaux s'appuie beaucoup sur les Studios, avec des bénéfices d'ordre qualitatifs :

- ⊙ Les projets accompagnés utilisent de plus en plus les créneaux hors ouverture publique pour répéter gratuitement, et bien qu'une baisse soit à l'œuvre ils étaient toujours assez nombreux en 2024 (près de 30).
- ⊙ La politique d'élargissement des publics s'appuie sur une stratégie de répétitions offertes pour les artistes investis sur des événements organisés par la Cartonnerie (premières parties, Mardis du Floor, Carto Blaster Party etc.).
- ⊙ Plus largement les Studios sont fréquemment mis à contributions au grès des actions et des partenariats mis en œuvre par la Cartonnerie (ateliers, résidences etc.).

Moins visible mais omniprésente, l'activité des Studios représente un pan essentiel du projet culturel de la Cartonnerie, en particulier pour le soutien et le développement des pratiques amateurs.

## ⑤ CONDITIONS DE MISE À DISPOSITION

Une charte d'utilisation et un règlement intérieur sont signés par tous les membres des groupes dès leur arrivée. Les musiciens souhaitant répéter doivent impérativement s'acquitter d'une adhésion aux Studios.

## ⑥ MATERIEL À DISPOSITION DES USAGERS

### ⊙ Services :

- Location de matériel et d'instruments (consoles, enceintes, microphones, amplis...),
- Vente de petit matériel pour les musiciens (baguettes de batterie, cordes de guitares...),
- Réservation des créneaux de répétition,
- Mise à disposition à l'accueil de boissons gratuites (café ou thé),
- Vente de boissons au bar studio.

### ⊙ Conseils :

- Conseil technique sur l'utilisation du matériel du studio de répétition,
- Conseil sur les bonnes pratiques en répétition :
  - comment se placer,
  - comment régler son ampli,
- Pédagogie sur les risques liés au volume sonore,
- Accompagnement technique des groupes,
- Travail sur le positionnement des amplis,
- Supervision des séances d'enregistrement des répétitions.

## ⑦ STUDIO D'ENREGISTREMENT

Le Studio d'enregistrement a désormais un rôle essentiellement pédagogique au bénéfice des artistes soutenus dans le cadre du dispositif « Répétition ». Il leur permet de maquetter quelques titres - qui n'auront donc pas vocation à être diffusés en l'état - fournissant ainsi une étape vers le travail au sein d'un studio professionnel. L'objectif de cet outil est de sensibiliser les musiciens aux exigences de l'exercice et donc une préparation nécessaire, afin de perdre le moins de temps, et donc d'argent, au cours de cette activité onéreuse.

## ⑧ LES RDV ET ATELIERS DES STUDIOS

Les Studios proposent depuis 2014 trois ateliers de pratiques musicales et trois RDV dédiés au développement de projet par trimestre d'activité, avec pour objectif d'améliorer le niveau de pratique instrumentale, vocale, technique ou de structuration des usagers et de tout musicien s'y inscrivant gratuitement. Cette offre vient appuyer mais aussi mettre en lumière, le travail quotidien des régisseurs, qui consiste à conseiller les groupes dans leur travail, techniquement et parfois artistiquement (regard extérieur).

### Les rdv & ateliers proposés en 2024 :

L'équipe des Studios et de l'accompagnement a conçu **huit RDV & Ateliers qui ont réuni au total 108 participants**. En complément, un temps d'information organisé en lien avec les dispositifs

iNOUÏS a réuni une dizaine de participants. Le Grand RDV des Studios – temps fort dont le succès ne se dément pas – a quant à lui rassemblé plus d'une centaine de curieux.

© Les RDV :

- Réussir son Merchandising > 9 participants,
- Relation Presse > 17 participants,
- Les bases de l'intermittence > 15 participants,
- Table Ronde : Structuration de la filière métal > 36 participants.

© Les ateliers :

- Les Bases du Djing (cycle de 4 ateliers) > 6 participants sur chacune des 4 sessions,
- Cycle autour de la batterie > 6 participants sur chacune des 3 sessions,
- Construire son Home Studio en Rap > 8 participants,
- Initiation à la voix saturée > 11 participants.

## TABLE RONDE : STRUCTURATION DE LA FILIÈRE MÉTAL



« La gestion de la carrière d'un artiste s'apparente à celle d'une petite entreprise, où la créativité seule ne suffit plus. Les artistes évoluant dans la sphère Métal doivent aujourd'hui s'engager dans une démarche de professionnalisation. Avec comme invité la Fédération des Musiques Actuelles représenté par Pascal Gueugue, ainsi que plusieurs acteurs du secteur, nous discuterons autour de la filière Métal au niveau local et régional. »

## B. L'ACCOMPAGNEMENT ARTISTIQUE ET LES RÉSIDENCES

Constitutive du projet culturel de la Cartonnerie depuis ses débuts, la politique d'accompagnement est fondée sur des acquis solides qui permettent de la faire évoluer et de l'affiner chaque année pour rester en phase avec l'actualité des musiques amplifiées et les besoins des artistes régionaux.

La reconnaissance de ce travail à l'échelle régionale et nationale ne pourrait perdurer sans une scène locale active, régulièrement stimulée par l'export d'artistes variés. Les deux bornes fondamentales de la vie musicale locale - naissance et export des projets - constituent donc les enjeux essentiels du soutien apporté aux artistes qui composent le Carto Cru, mais nécessairement aussi à l'ensemble de la scène locale.

L'année 2024 est le prolongement de l'année précédente concernant la dynamique de renouvellement des projets locaux les plus porteurs : période synonyme de gestation créative pour les artistes en devenir, ceux s'étant exportés les années précédentes poursuivant leur carrière au grès de succès d'estime ou de changement de stratégie.

Cette période a permis de faire aboutir des axes de travail lancés l'année précédente fin d'aller plus loin dans l'accompagnement artistique :

**1 - Adaptation à l'évolution des besoins / typologie des projets accompagnés :** en conservant le principe cardinal de ne jamais proposer un accompagnement "à la carte", le pôle a exploité les ressources matérielles, humaines et l'offre de la structure de façon plus exhaustive : élargissement des créneaux d'accès aux espaces de travail, enregistrement et production musicale, sessions collectives de travail administratif, émulation autour des Mardis du Floor etc. Au préalable une typologie des différents artistes accompagnés et de leurs besoins communs a été établie, notamment au niveau du dispositif Répétition, qui peut recouvrir le plus de réalités différentes :

- Artistes autonomes/expérimentés ayant essentiellement des besoins logistiques et matériels,
- Projets particuliers, dit "de niches" artistiques et/ou dépendant de réseaux alternatifs,
- Artistes ayant des besoins très ponctuels ou très ciblés,
- Jeunes projets/artistes inexpérimentés étant en travail de création initial,
- Artistes se projetant vers les strates supérieures d'accompagnement et de développement.

**2 - Développement du travail de création musicale et scénique,** via l'utilisation plus large de la scène du Floor comme espace supplémentaire de travail et plus globalement une intervention dans la direction artistique des projets le nécessitant. Les compétences développées en interne (coaching scénique) et en local (production et direction artistique) ont été largement mises à contribution pour permettre à plusieurs projets d'approcher de leur plein potentiel. La rappeuse **Yend** a pu ainsi tirer le meilleur parti de sa victoire lors du Buzz Booster Grand Est (et remporter également Rapeuz en Liberté). **Gonzy** a pu poursuivre son parcours débuté en 2023 par une participation au Printemps de Bourges. **Protogonos** a pu être identifié à l'échelle de la région et des territoires limitrophes.

### 3 - Appui sur le réseau et les dispositifs régionaux et nationaux au bénéfice du Carto Cru et du Carto Blaster :

- Le dispositif **Buzz Booster** dont la Cartonnerie est pilote pour le Grand Est, a été le cadre de l'intégration de plusieurs structures afin de constituer un maillage territorial suffisamment exhaustif. En perspective l'objectif est de créer davantage de débouché pour les artistes raps accompagnés.
- Le **Strasbourg Music Week** nouvel événement professionnel du Grand Est et des régions transfrontalières est désormais investi, cette année au bénéfice de **Protagonos**.
- Ce projet bénéficie également depuis mi 2024 du dispositif **Explore** mené par le réseau **Grabuge**

Évènements	Groupes concernés	Partenaires	Bilan
BUZZBOOSTER	YEND & NAVYBLU	Noumatrouff	Finale régionale pour NavyBlu et nationale pour Yend
iNOUÏS	GONZY	Réseau Printemps	Visibilité nationale accrue (tournée en support de PuppetMastaz, festivals etc.)
Strasbourg Music Week	PROTOGONOS	Grabuge	Intégration au dispositif régionale Explore

Pour répondre au double objectif d'offrir un soutien à de nouveaux jeunes artistes et de consolider le travail entamé avec leurs prédécesseurs, la Cartonnerie a accompagné au total 28 projets en 2024.

#### ① LES DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT ARTISTIQUES

L'aspect graduel de l'accompagnement proposé via la succession logique des dispositifs est complètement intégré par les artistes, soutenus ou non. Néanmoins pour une meilleure communication, visibilité des artistes et appréhension du travail effectué par les publics comme les professionnels, les dispositifs centraux sont désormais structurés comme suit :



## Le dispositif "RÉPÉTITION" - Soutien à la consolidation des projets

### LAURÉATS 2024

Pink Elevator <sup>pop-rock</sup>	Kalaveras <sup>rock</sup>	Lucian E. Wood <sup>rock</sup>	Meotew <sup>électro</sup>
Flash Daddy <sup>rock garage</sup>	Sabertooth <sup>métal</sup>	Tumulte <sup>pop</sup>	Bohème <sup>post-rock</sup>
We Got a Plan <sup>rock</sup>	Tendinite <sup>rock garage</sup>	Collapsing <sup>death métal</sup>	Tourette <sup>grindcore</sup>
Margaux Claudel <sup>pop</sup>	Narcoose <sup>électro</sup>	Lucie Joy <sup>chanson pop</sup>	Maudits <sup>métal</sup>

soit 16 projets

**Destinataires** - Groupes de tous niveaux n'ayant pas de local de répétition personnel, répétant ou souhaitant répéter régulièrement aux Studios de la Cartonnerie et désireux d'avoir un regard extérieur et des conseils de la part de l'équipe.

Seul dispositif compatible avec tout autre dispositif d'accompagnement.

#### Contenu :

- ✓ Horaires et tarifs préférentiels d'accès aux Studios + box de rangement
- ✓ Accompagnement à la répétition (musicien et technicien conseil)
- ✓ Maquettage de quelques titres en préparation d'une session d'enregistrement
- ✓ Filage au Floor pour préparation des concerts
- ✓ RDVs conseils réguliers avec le responsable et/ou le chargé d'accompagnement : stratégie de développement, diffusion, communication/promotion...

## Le dispositif "CARTO BLASTER" - Soutien à la structuration de la scène rap locale

### LAURÉATS 2024

NavyBlu<sup>rap</sup> et B-tox<sup>rap</sup>

**Destinataires** - Groupes et artistes raps amateurs ayant l'ambition, la disponibilité et le potentiel de professionnaliser leurs activités artistiques et leur développement. L'objectif global est de rehausser le niveau général de la scène locale et de créer une meilleure interaction entre les acteurs de la scène rap.

#### Contenu destiné à tous les candidats :

- ✓ Ateliers pratiques collectifs : équilibre des instrumentaux, préparation d'un set live, organisation de concert...
- ✓ Mise en relation avec des interlocuteurs spécialisés (beatmakers, graphistes, etc.)

### Contenu destiné aux lauréats :

- ✓ Conseil artistique individualisé : production, écriture et flow
- ✓ Élaboration et suivi d'une stratégie de développement : diffusion et promotion
- ✓ Travail des productions et enregistrements vocaux selon besoin
- ✓ Concert à la Cartonnerie (soirée Derby Club)

### *Le dispositif "CARTO CRU" - Soutien à l'émergence*

#### LAURÉATS 2024

Amare<sup>pop</sup>

Kiplän<sup>pop-rock</sup>

Tekass<sup>rap</sup>

Thomas Schmahl<sup>chanson pop</sup>

Not a number<sup>rock</sup>

Fluoresun<sup>synth pop</sup>

Inward<sup>métal</sup>

*soit 7 groupes*

**Destinataires** - Groupes et artistes dont le projet est encore en maturation et qui nécessite un soutien spécifique pouvant être apporté par les moyens matériels et humains de la Cartonnerie.

#### Contenu :

- ✓ Résidences techniques et scéniques
- ✓ Suivi de la stratégie de développement
- ✓ Conseil et soutien dans la recherche de dates et la réalisation de supports promotionnels
- ✓ Soutien matériel selon besoin et possibilité : enregistrement, répétition...

### *Le dispositif "GRAND CARTO CRU"*

#### *Soutien au lancement de carrière et appui au développement national*

#### LAURÉATS 2024

Gonzy<sup>rap</sup>

Timéa<sup>pop</sup>

Protogonos<sup>métal</sup>

**Destinataires** - Groupes ayant une expérience de développement hors région, dont le projet est déjà bien structuré et qui nécessite un appui supplémentaire pour tendre à la professionnalisation. Un budget spécifique est dédié à chaque lauréat.

#### Contenu :

- ✓ Résidences techniques et scéniques
- ✓ Suivi et participation à la mise en œuvre de la stratégie de développement
- ✓ Prise en charge d'intervenants et de prestataires spécialisés (coach, attaché de presse, chargé de diffusion...)
- ✓ Appui dans la recherche de dates auprès des réseaux nationaux
- ✓ Réalisation de supports promotionnels (audio, vidéo...)

## ② RÉSIDENCES ET FILAGES DES ARTISTES DE LA SCÈNE RÉGIONALE

Le nombre de jours de résidence et de filage s'est stabilisé à **65 jours**, pour un nombre de 27 projets accueillis, principalement rémois, de 6 esthétiques différentes. En 2024, en raison d'un travail préalable en studio systématisé, la tendance de sessions de résidences plus courtes se confirme. Elles se répartissent principalement dans les deux salles de la Cartonnerie : Le Club et La Grande Salle (cinq filages au Floor).



# SENSIBILISER LA POPULATION

## A. BILAN DES ACTIONS CULTURELLES

Depuis son ouverture en 2005, la Cartonnerie mène chaque année de nombreuses actions culturelles en direction de différents publics : établissements scolaires de la maternelle à l'université, établissements hospitaliers, structures socioculturelles...

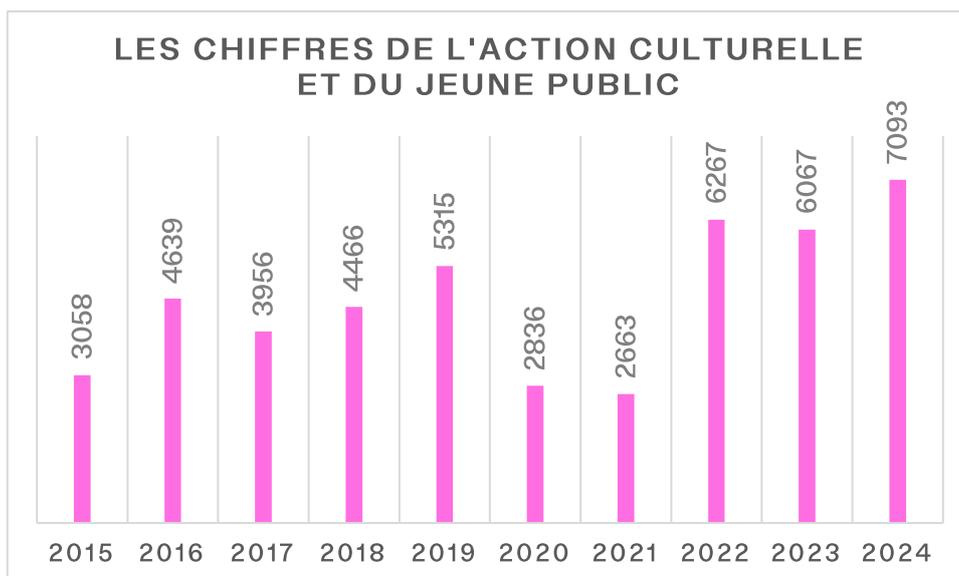
Plus qu'une salle de diffusion, la Cartonnerie, en tant que service public culturel, a pour projet de sensibiliser différents publics aux musiques actuelles. A travers son projet d'action culturelle, la structure tend à s'adresser à toute la population de son territoire, afin de donner à chacun la possibilité d'expérimenter et de s'appropriier les musiques actuelles.

En ce sens, les projets d'action culturelle font régulièrement résonner la musique là où elle n'a pas l'habitude de s'inviter. Chaque année, plusieurs artistes locaux interviennent auprès des divers publics et incitent chacun à s'initier, écrire, composer, chanter, ou encore jouer en live.

En complément de ces projets, la Cartonnerie a à cœur de proposer chaque année plusieurs concerts en direction du jeune public, en temps scolaire et hors scolaire. Pensés et adaptés pour les plus petits, la programmation jeune public s'adresse aux spectateur.rices de 0 à 18 ans, et permet à chacun d'expérimenter et de partager l'expérience du live. Afin de compléter cette offre, les rendez-vous familiaux « Folie Douce » viennent ponctuer la saison, en transformant le temps d'une après-midi la salle en une grande cour de récréation musicale.

### CHIFFRES CLÉS

Au fil des années, le projet d'action culturelle à la Cartonnerie n'a cessé de prendre de l'ampleur, jusqu'à toucher un peu de plus de 7000 personnes en 2024 (incluant la programmation jeune public).

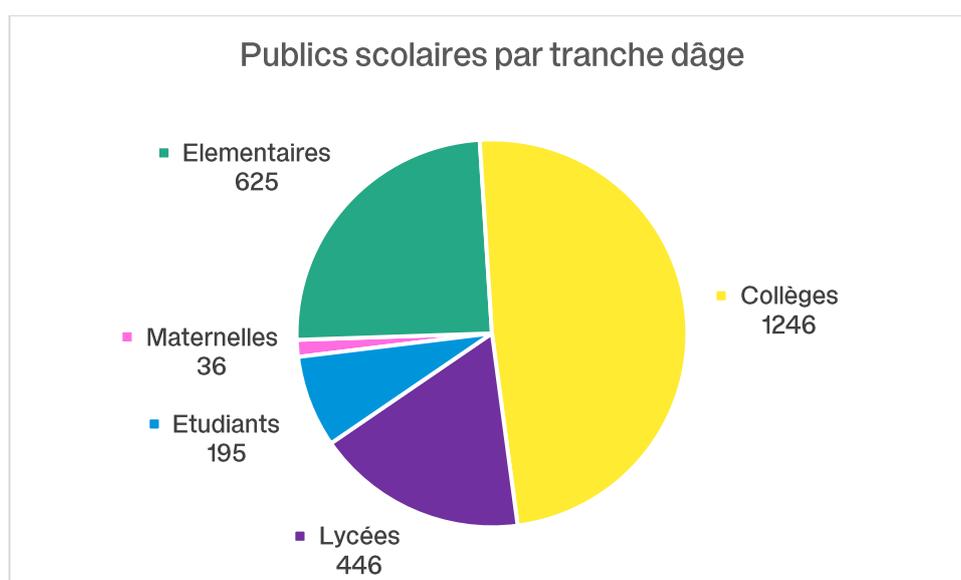


Après deux années marquées par la crise sanitaire, le public est revenu en nombre dans les structures culturelles, et nous a fait franchir dès 2022 la barre des 6000 personnes sensibilisées aux musiques actuelles.

À ce jour, le public scolaire est sans conteste celui qui bénéficie le plus de nos actions, notamment via des dispositifs tels que :

- ⊙ Les itinéraires de la ville de Reims
- ⊙ Le dispositif Collèges en Scène, soutenu par le département de la Marne
- ⊙ Le PAG (Projet Artistique Globalisé) soutenu par la DRAC Grand Est

Par ailleurs, le dispositif du Pass Culture a également permis à de nombreux établissements du secondaire de bénéficier de ces actions, en amenant des classes sur des concerts en direction du jeune public (le concert pédagogique Peace & Love), ou en organisant au sein même de leur établissement une programmation musicale pour leurs élèves (festival culturel Festi'Eiffel).



Si le public de l'action culturelle est majoritairement urbain, il est tout de même à noter qu'en 2024, un peu plus de 730 personnes du milieu rural ont été sensibilisées aux musiques actuelles via des projets menés par la Cartonnerie (soit 22% du public touché par les projets d'action culturelle, hors programmation jeune public). Cela se doit en grande partie aux dispositifs Collèges en Scène et au PAG, qui nous permettent d'intervenir dans des établissements scolaires en milieu rural, et ainsi de faire rayonner la structure au-delà de la ville de Reims.

Hors temps scolaire, la Cartonnerie propose également des activités durant les périodes de vacances, permettant aux publics de tout âge de visiter la salle, de suivre un atelier, ou d'assister à un concert (pour le public senior durant la Semaine Bleue, pour le public enfant et adolescent des maisons de quartier, pour les centres de loisirs...).

En 2024, les visites de la structure représentent près de 440 personnes (300 en 2023). Si elles étaient jusqu'ici prisées des collèges et des lycées, ce sont surtout des établissements socioculturels ou médico-sociaux qui les ont sollicitées en 2024. Cette évolution est due au renforcement de notre partenariat avec les maisons de quartier initié en 2023, et au travail de fond mené par l'association Cultures du Cœur, qui met en relation les publics éloignés et les structures culturelles.

Les publics dits “spécifiques”, ne bénéficiant pas d’un accès à la culture facilité, ont représentés quant à eux près de 345 personnes en 2024, grâce aux projets menés au sein du CHU via le dispositif Culture Santé, ou encore au partenariat de longue date avec l’association Sève Eveil.

Enfin, 2024 a vu la programmation en direction du jeune public se renforcer, nous permettant d’accueillir au total 3790 personnes (contre 3600 en 2023). Ce ne sont pas moins de huit évènements jeune public différents et à destination de toutes les tranches d’âges qui ont été programmés en 2024, représentant au total quinze séances scolaires et tout public.

2024 EN QUELQUES CHIFFRES	NOMBRE DE PARTICIPANTS
PUBLIC SCOLAIRE	2 755
PUBLIC ADULTE	564
PUBLIC SPÉCIFIQUE	344
PUBLIC EN MILIEU RURAL	736
PROGRAMMATION JEUNE PUBLIC (dont Folie Douce)	3 790

## PERSPECTIVES

Fort de ce bilan, la Cartonnerie poursuivra son travail d’accessibilité et de sensibilisation en 2025 de la façon suivante :

- ⊙ Renforcement des projets en milieu rural,
- ⊙ Elaboration de nouveaux projets en partenariat avec les maisons de quartier, notamment envers le public senior,
- ⊙ Inscription dans les dispositifs d’éducation artistique locaux et nationaux,
- ⊙ Accueil des premières rencontres nationales de l’Action culturelle en partenariat avec la Fédélisma lors de la troisième édition de l’Hyperforum.

## ① LES PROJETS D’ACTION CULTURELLE

### EN TEMPS SCOLAIRE :

#### *La visite de la Cartonnerie et les ateliers « Découverte technique » (Hors projet)*

Tout au long de l’année, la Cartonnerie accueille les curieux pour des visites guidées de la structure. Ces visites sont l’occasion pour les adolescents de mieux comprendre le fonctionnement ainsi que les différentes missions d’une Scène de Musiques Actuelles (diffusion, aide à la création, action culturelle en direction de différents publics...).

Pour compléter les visites, la Cartonnerie propose ponctuellement des ateliers d’initiation aux métiers du son et de la lumière. Comment marche une console son ? Comment met-on en lumière un concert ? A travers un atelier pédagogique animé par des techniciens professionnels, nos régisseuses et régisseurs en herbe découvrent de façon ludique les coulisses d’une salle de concert.

### **Le projet « Fest'Eiffel »**

En 2023, le lycée Eiffel a organisé son premier festival culturel, le Fest'Eiffel. Durant une semaine, le lycée a proposé aux élèves des ateliers artistiques, des expositions temporaires, des projections, des concerts, et la rencontre avec de nombreux artistes ou professionnels de la culture.

C'est dans ce cadre que le lycée s'est rapproché de la Cartonnerie afin d'initier un nouveau partenariat culturel, et ainsi proposer en 2024 les concerts des artistes San Nom, Tekass, Pire Mastaa et Nervozo.

### **Collèges en Scène - « La Magnifique Societeen »**

Pour la troisième année, La Cartonnerie a proposé le projet « La Magnifique Societeen », dans le cadre de l'appel à projet du département de la Marne Collèges en Scène. Tout au long de l'année scolaire, les élèves de quatre classes des collèges Mont d'Hor à St Thierry et Nicolas Appert de Châlons-en-Champagne ont pu suivre un programme riche :

#### **La pratique artistique :**

- Cinq séances de création musicale et de travail du chant pour chacune des classes, animées par le musicien Matthieu Rondeau.
- Une séance de création graphique (création de l'affiche de leur festival) pour chacune des classes, animée par Julien Monthier (collectif La Mine).

#### **La découverte d'une structure culturelle :**

- Une visite de La Cartonnerie pour chacune des classes participant au projet, pour permettre aux élèves de découvrir les différents métiers et missions d'une salle de musiques actuelles, et mieux comprendre l'organisation d'un festival.

#### **La venue à un spectacle :**

- Un concert jeune public "Peace & Love", concert pédagogique sensibilisant aux risques auditifs, proposé aux élèves de l'établissement participant aux projets, leur donnant ainsi à voir une nouvelle approche du spectacle vivant, tout en découvrant l'histoire des musiques actuelles.

#### **Le concert de fin d'année :**

- Les élèves ont pu monter sur scène dans la cour de leur collège à l'issue des séances en classe afin de présenter les chansons créées durant l'année. A cette occasion, les nombreuses affiches créées par les élèves ont été exposées en amont du concert dans les couloirs du collège afin de communiquer sur le concert de restitution.

### **Apprenons les percussions**

Au printemps 2024, deux classes de l'école élémentaire St André ont pu s'initier aux percussions corporelles avec l'artiste Jason Van Gulick. Les morceaux travaillés en classe ont été présentés aux parents d'élèves lors de la kermesse de l'école le 29 juin 2024.

### **Le PAG « De l'image au son »**

A destination de trois classes d'école élémentaire, ce PAG proposé par la Cartonnerie a permis aux plus jeunes de découvrir de façon originale le processus de création musicale grâce au musicien Alexandre Labart (Brisebard, DJ Lab). Durant sept séances, les CM2 des écoles d'Hermonville et Courcy ont réalisé leur propre bande son sur des films pré-sélectionnés par l'artiste, grâce aux synthétiseurs et machines électroniques mises à disposition.

Un temps de restitution des ateliers a eu lieu à la Cartonnerie le 25 mars 2024 afin de présenter aux parents d'élèves les créations réalisées en classe.

### **Les itinéraires de la ville de Reims**

Depuis 2020, la Cartonnerie propose chaque année en partenariat avec la ville de Reims des itinéraires sur la découverte des musiques actuelles. En 2024, deux itinéraires ont été mis en place pour quatre classes d'écoles élémentaires rémoises :

- La Carto pour les Kids: trois séances d'initiation aux métiers de la technique (enregistrement, son et lumière), complétés par la venue des élèves sur un concert jeune public Carto Kidz.
- Machines musicales : en partenariat avec Césaré, l'artiste rémois Alexandre Labart, fait découvrir son univers sonore et accompagne les élèves dans la création d'une séquence de musiques électronique.

### **Le Grand Tropic Orchestra**

En 2024, tous les élèves de l'école élémentaire Trois Fontaines ont une fois de plus pu s'initier à la musique à travers douze semaines d'ateliers ukulélé et percussions, aidés des artistes Aliocha Lauwers et Jason Van Gulick.

Ce projet a donné lieu à une restitution à La Cartonnerie le 14 mai 2024, dans le cadre de la deuxième édition de l'Hyperforum.

## LES PROJETS HORS TEMPS SCOLAIRE

### *Le partenariat avec le Pôle petite enfance des Maisons de Quartier*

Depuis 2023, le pôle enfance des maisons de quartier s'est rapproché de La Cartonnerie afin de mettre en place un nouveau projet : les vacances musicales. Ainsi, durant les vacances de la Toussaint, plusieurs actions ont vu le jour :

- Des visites de la Cartonnerie pour neuf maisons de quartier (6-10 ans),
- La venue au concert participatif « Le ciné-concert dont vous êtes le héros » pour dix maisons de quartier (6-10 ans),
- Des ateliers d'initiation aux percussions corporelles et un concert en maison de quartier avec les artistes Jason Van Gulick et Anne Lem (3-6 ans).

### *La Semaine Bleue*

Dans le cadre de la Semaine bleue, semaine nationale dédiée aux personnes retraitées et aux activités intergénérationnelles, La Cartonnerie propose aux seniors des visites de la structure (salles de concerts, activités, métiers...).

En octobre 2024, la grande salle a de nouveau accueilli le spectacle de clôture avec le duo rock Juncker-Vaillant, l'orchestre pop du Funky Jazz Gang, et la troupe burlesque de la Boudoir Team.

### *Le tremplin étudiant "Ça cartonne à l'URCA"*

Le 27 novembre 2024, La Cartonnerie a accueilli pour la première fois le tremplin artistique du SUAC. Sur la scène du Floor, ce ne sont pas moins de douze artistes ou groupes qui ont performé devant 120 spectateurs et présenté leurs projets artistiques.

### *Hyperforum #2*

Pour sa deuxième édition, La Cartonnerie a présenté l'Hyperforum, temps fort des actions culturelles et des propositions jeune public. Sous la forme d'un mini festival, l'Hyperforum a été l'occasion d'effectuer une restitution collective, publique et ouverte à tou.tes.s, des différents projets d'action culturelle menés tout au long de l'année.

Pour sa troisième édition, l'Hyperforum accueillera les premières rencontres nationales de l'action culturelle, en partenariat avec la Fédélima.

### *La Fête du quartier Luton*

Depuis 2022, La Cartonnerie s'est associée aux bénévoles de la "Fête à Luton" et à la maison de quartier Trois Piliers, pour proposer le concert de clôture de la fête de quartier.

En juillet 2024, c'est le groupe Swing Shady qui a électrisé le parc Pozzo di Borgio avec ses célèbres morceaux pop revisités à la sauce swing.

## LES PUBLICS SPÉCIFIQUES

### Le service pédopsychiatrique du CHU

Depuis 2011, La Cartonnerie a mis en place un atelier d'écriture avec neuf enfants âgés de 9 à 12 ans en difficulté scolaire (hyperactivité, difficultés pour la lecture et l'écriture...). Au cours d'une quinzaine de séance, les enfants, aidés par Rémi Costa (leader du groupe La Villa Ginette), écrivent une dizaine de chansons qui sont ensuite mise en musique par l'artiste.

Cet atelier donne lieu à un livret-album, ainsi qu'à un goûter-concert à l'hôpital (6 juillet 2024) réunissant une cinquantaine de personnes. Le livret est distribué aux enfants ainsi qu'à leurs familles, et au personnel hospitalier.

Cet atelier d'écriture fait partie du projet « Culture Santé » mené par la Cartonnerie, et soutenu par la DRAC et l'ARS.

### L'hôpital Sébastopol

En 2024, La Cartonnerie a de nouveau proposé un projet au sein de l'hôpital Sébastopol, dédié aux soins de suite et de réadaptation, reconnu centre de référence pour les maladies neuromusculaires.

Au cours de quinze ateliers de création de chansons, les patients, aidés par l'artiste Matthieu Rondeau, expérimentent la composition et l'écriture musicale.

Ces ateliers musicaux ont donné lieu à une représentation de l'artiste au sein de l'hôpital le 3 décembre 2024 en compagnie des patients ayant participé à la création, de leurs familles, des résidents de l'EHPAD Rousselet, et des équipes soignantes.

### Partenariat avec le foyer Sève Éveil



La Cartonnerie monte chaque année depuis 2011 des projets avec l'association rémoise Sève Éveil, qui vient en aide aux adultes handicapés.

Dans le cadre de leur temps fort culturel, le Sève'stival, La Cartonnerie a proposé un concert du groupe marnais TUMULTE et est revenue en décembre 2024 avec l'artiste rap SAN NOM.

## LA PROGRAMMATION JEUNE PUBLIC

### LES CONCERTS CARTO KIDZ

Tout au long de l'année, La Cartonnerie propose une programmation spécifique en direction du jeune public de 3 à 10 ans, les concerts « Carto Kidz ». À travers deux représentations (l'une destinée aux scolaires, l'autre au tout public), les jeunes spectateurs sont initiés aux musiques actuelles et entrent en contact, parfois pour la première fois, avec une structure de diffusion musicale.

- **MEMORIA**

Ciné-concert pour les 3-6 ans

- **I FEEL GOOD**

Concert à partir de 6 ans

- **« LE CINÉ-CONCERT DONT VOUS ÊTES LE HÉROS »**

Concert participatif pour les 6-10 ans

- **LE CONCERT PEDAGOGIQUE « PEACE & LOBE »**

Spectacle sur les risques auditifs et l'histoire des musiques actuelles pour les 14-18 ans



*Concert pédagogique « Peace & lobe »*

### LA FOLIE DOUCE

*Tout public / Gratuit*

Depuis 2017, La Cartonnerie propose trois fois par an un rendez-vous à destination des familles, la Folie Douce. Toute une après-midi, petits et grands peuvent participer à des ateliers créatifs, ludiques ou musicaux, se régaler autour d'un goûter, et se déhancher sur le dancefloor du Club lors de la désormais célèbre boum des kids.

## B. LA POLITIQUE TARIFAIRE

### ① LA TARIFICATION

Nous proposons six niveaux de tarification. Cela nous permet de proposer un tarif réduit aux personnes les moins dotées financièrement (lycéens, collégiens, demandeurs d'emploi ...).

**Les quatre niveaux de billetterie :**

- 1 - Tarif adhérent (identique en prévente et sur place)
- 2 - Tarif réduit (lycéens, collégiens, demandeurs d'emploi) : tarif adhérent prévente + 3€
- 3 - Tarif plein en prévente : tarif adhérent prévente + 5€
- 4 - Tarif plein sur place : tarif adhérent prévente + 9€

**Plus deux tarifs spécifiques :**

- 5 - Tarif concert Jeune Public ou tarif - 12 ans : 5 € (sauf exception) (adulte : 8€)
- 6 - Tarif professionnel et action culturelle : 6 €

Pour les concerts en Grande Salle, le balcon est ouvert, les places assises sont majorées de deux euros. Cela permet aux personnes le souhaitant d'avoir le choix entre places assises et places debout, sans avoir à attendre très tôt avant l'ouverture des portes.

Nous adhérons également aux dispositifs mis en place par les institutions afin de favoriser l'accès des jeunes à la culture :

- Jeun'Est (dispositif mis en place et financé par la Région Grand Est)
- Pass Culture (dispositif mis en place et financé par l'État)

### ② CONDITIONS D'ADHESION

L'adhésion permet de bénéficier pendant 12 mois calendaires (de date à date) :

- De 5€ de réduction sur tous les concerts,
- De dates gratuites uniquement pour les adhérents (dans un quota limité)
- De l'offre 1=2, pour une place achetée, une place offerte sur une sélection de soirées
  
- Tarif abonnement : 12 €
- Abonnement collégiens, lycéens et étudiants : 8 €
- Salariés ou clients des partenaires : 8 €

### ③ BILAN DES ADHESIONS

2024	
Total adhérents	1 062

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nb Adhérents	1 430	1 340	930	1 093	937	932	834	1 213	835	1 062

## PAR GENRE

2024

Homme	560	52,73%
Femme	502	47,27%
<b>Total</b>	<b>1062</b>	

2023

Homme	392	53,05%
Femme	443	46,95%
<b>Total</b>	<b>835</b>	

## PAR TRANCHE D'AGE

2024

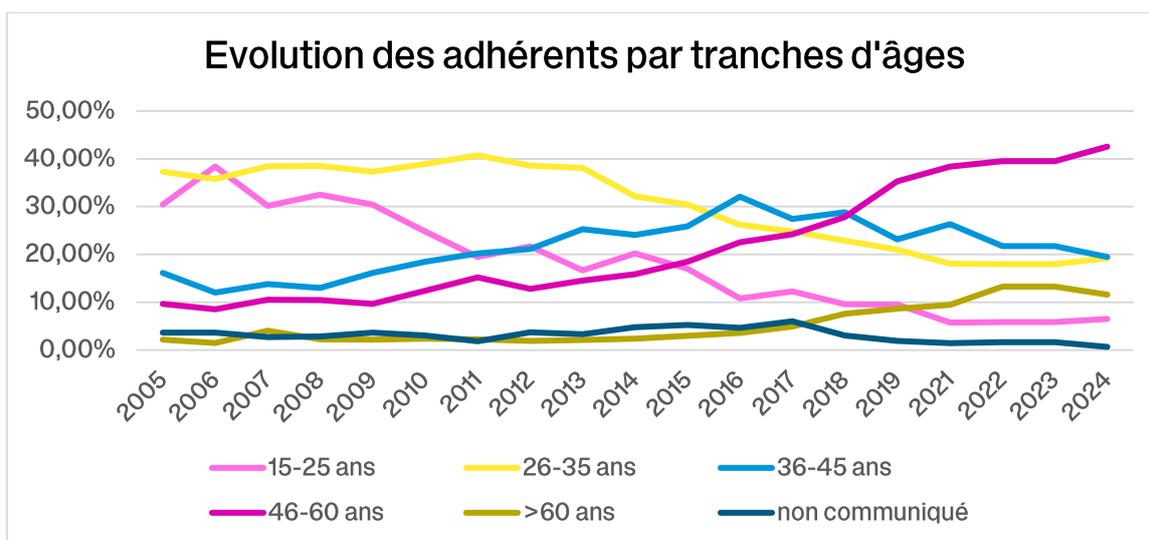
Moins de 25 ans	69	6,50%	25,71%
25-35 ans	204	19,21%	
35-45 ans	207	19,49%	73,63%
45-60 ans	452	42,56%	
Plus de 60 ans	123	11,58%	
Non précisé	7	0,66%	

2023

Moins de 25 ans	64	7,66%	24,31%
25-35 ans	139	16,65%	
35-45 ans	182	21,80%	72,82%
45-60 ans	336	40,24%	
Plus de 60 ans	90	10,78%	
Non précisé	24	2,87%	

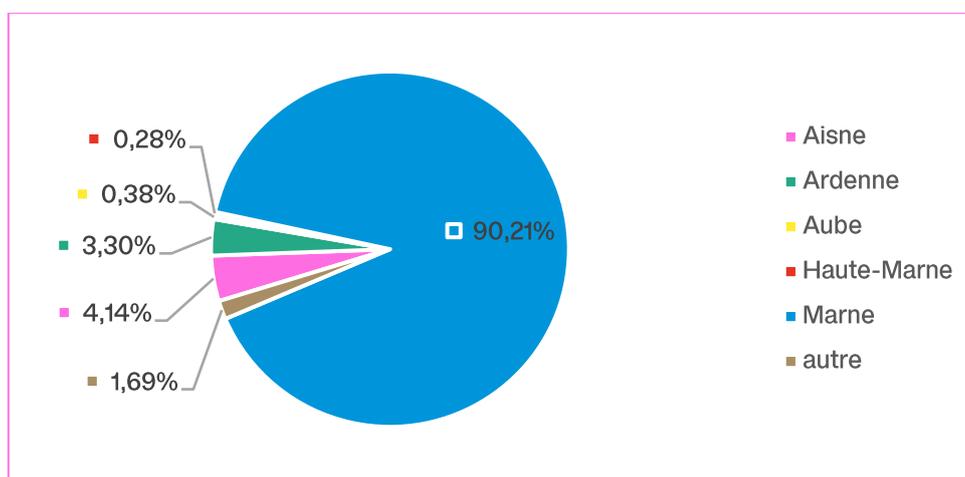
<b>Total</b>	<b>1062</b>
--------------	-------------

<b>Total</b>	<b>835</b>
--------------	------------

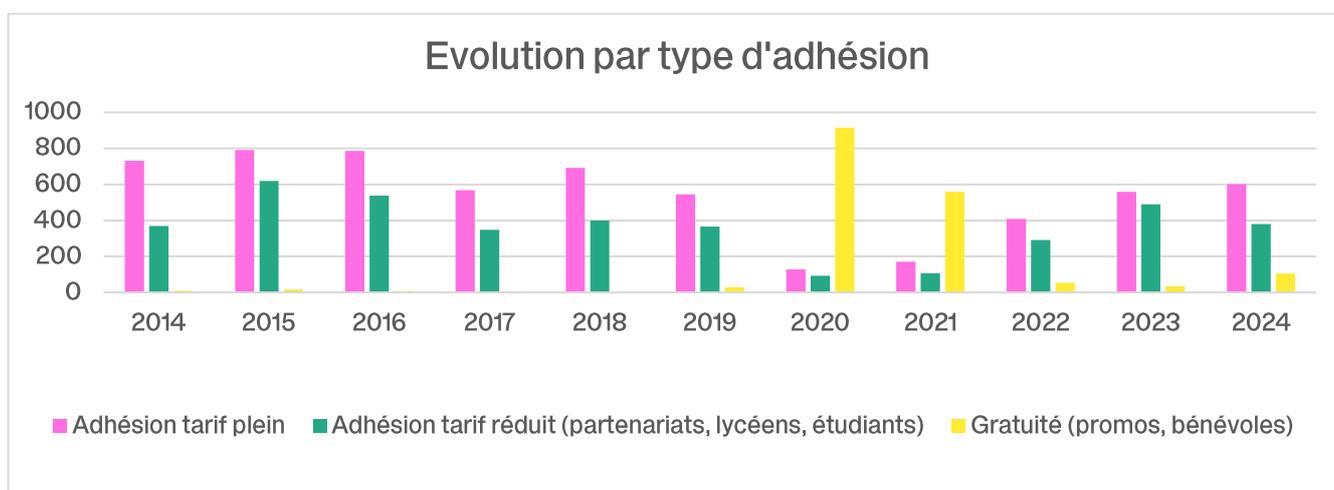


## PAR SITUATION GEOGRAPHIQUE

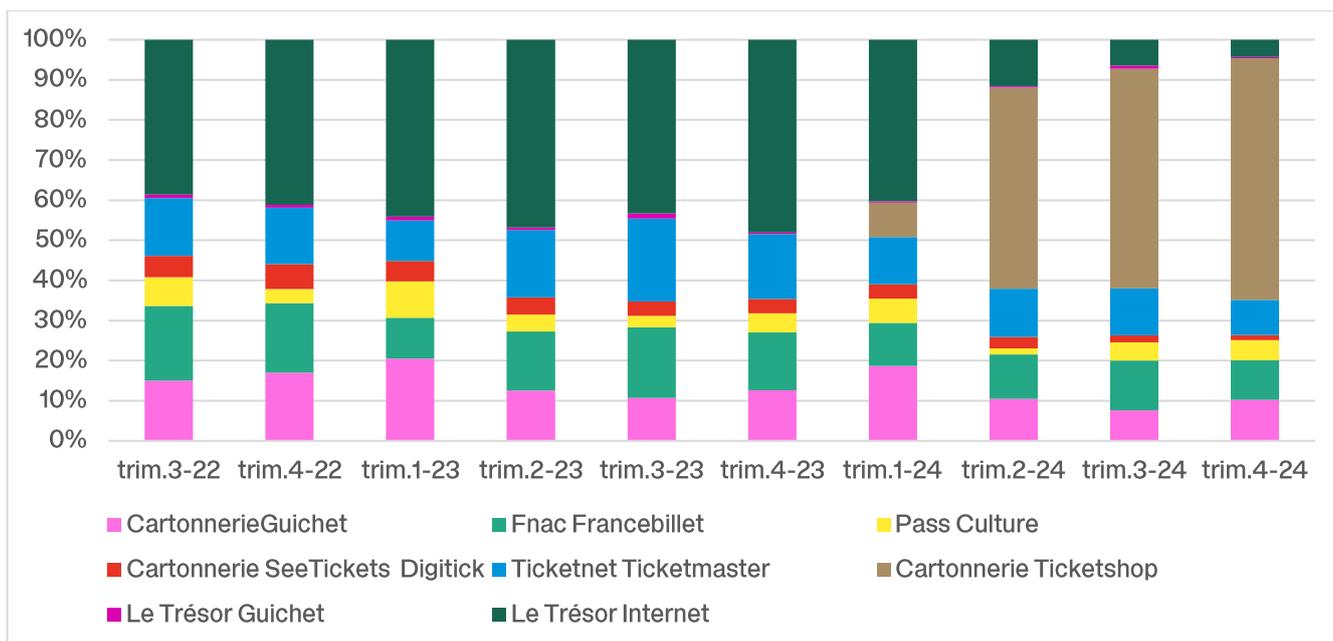
	2024		2023	
<b>MARNE</b>	<b>958</b>	<b>90,21%</b>	<b>747</b>	<b>89,46%</b>
Reims	213	20,06%	482	57,72%
Grand Reims	116	10,92%	192	22,99%
Hors Reims et agglomération	629	59,23%	73	8,74%
<b>Ardennes</b>	<b>35</b>	<b>3,30%</b>	<b>31</b>	<b>3,71%</b>
<b>Aube</b>	<b>4</b>	<b>0,38%</b>	<b>5</b>	<b>0,60%</b>
<b>Haute-Marne</b>	<b>3</b>	<b>0,28%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>Région Champagne-Ardenne</b>	<b>1000</b>	<b>94,17%</b>	<b>783</b>	<b>93,77%</b>
<b>Aisne</b>	<b>44</b>	<b>4,14%</b>	<b>35</b>	<b>4,19%</b>
<b>Autres régions</b>	<b>18</b>	<b>1,69%</b>	<b>17</b>	<b>2,04%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1062</b>		<b>835</b>	



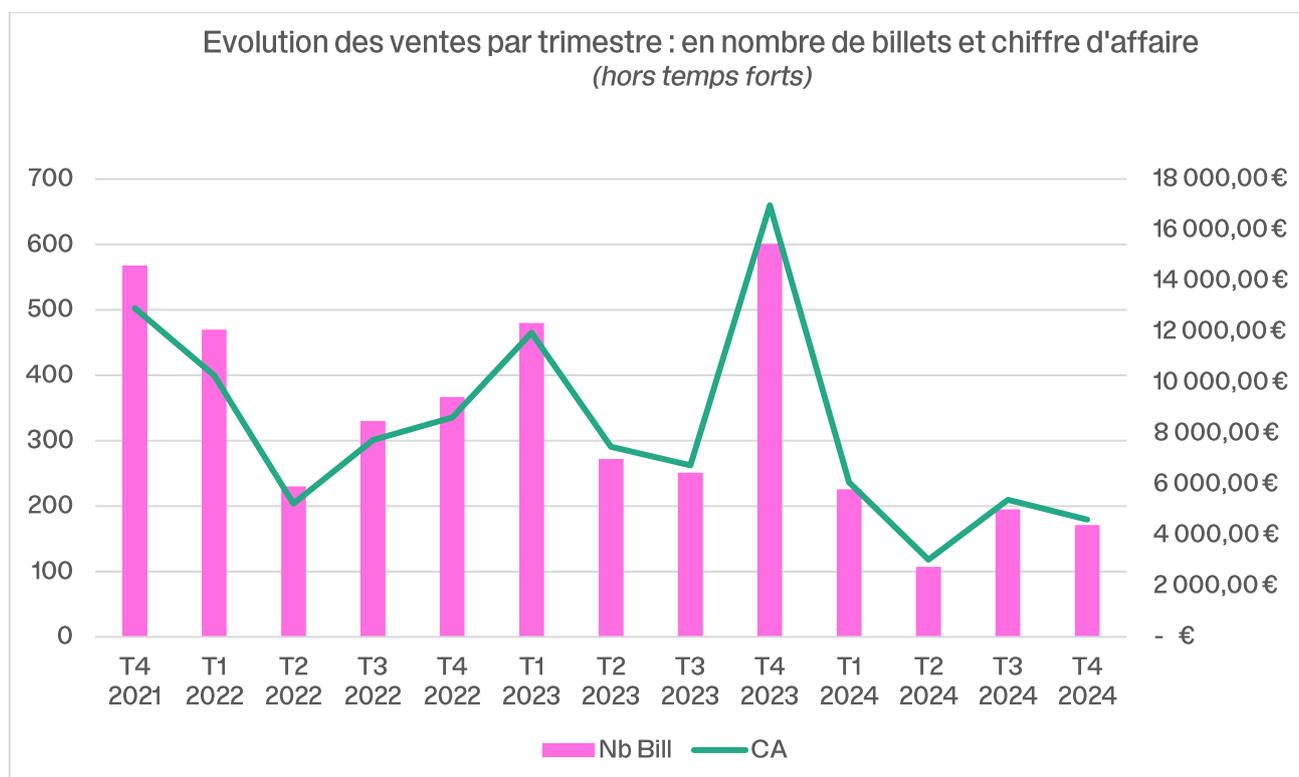
## PAR TYPE D'ADHESION



#### ④ BILAN ET EVOLUTION DES VENTES DE BILLETTERIE PAR FILIÈRES



#### ⑤ BILAN DU DISPOSITIF « PASS CULTURE »



# PARTICIPER A LA VIE DU TERRITOIRE

## A. INSCRIPTION DANS L'ECO-SYSTEME, RÉSEAUX ET FÉDÉRATIONS

### ① COPRODUCTIONS DE MANIFESTATIONS

Tout au long de l'année, La Cartonnerie accueille et co-organise différents types d'évènements :

- ⊙ **19 janvier** : Audition Les iNOUÏS du Printemps de Bourges
- ⊙ **08 avril** : Accueil de l'Etablissement Français du Sang pour une journée consacrée au don de sang en Grande Salle
- ⊙ **12 au 14 avril** : Hyperforum - temps fort de valorisation des actions territoriales artistiques et culturelles développées par La Cartonnerie et ses partenaires
- ⊙ **18 avril** : Finale régionale du BuzzBooster Grand Est
- ⊙ **21 septembre** : Le « Grand Opening » de la Cartonnerie
- ⊙ **24 septembre** : Le « Grand RDV des studios » - soirée de rentrée avec les musiciens usagers des studios
- ⊙ **27 octobre** : Spectacle de clôture de la Semaine Bleue - Semaine Nationale dédiée aux retraités, aux personnes âgées, et à l'intergénérationnel
- ⊙ **27 novembre** : Tremplin artistique étudiant du SUAC
- ⊙ **02 décembre** : Accueil du tournage du film « T'as pas changé » de Jérôme Commandeur

La Cartonnerie met également à disposition son espace d'exposition à différentes associations :

- ⊙ ***SURVEILLANCE*** de Darokin, du 12 janvier au 10 février - Association Moonshiners
- ⊙ ***Hors les murs*** d'un collectif d'artistes : Antoni RSM, Céline Renard, Djohn Doe Oner, EZNIS, Julien Monthier, Hélène Beurrier et Véronique Didier du 13 février au 13 mars - Association La Mine
- ⊙ ***Vivre Libre ou Mourir, Punk et Rock Alternatif en France*** de Arnaud Le Gouëfflec et Nicolas Moog du 21 septembre au 14 décembre - Association TRAC

## ② IMPLICATION DANS LES RÉSEAUX

Depuis son ouverture en 2005, La Cartonnerie s'inscrit dans des réseaux régionaux et nationaux :

### La FEDELIMA :

La FEDELIMA est une fédération nationale qui regroupe des lieux et projets dédiés aux musiques actuelles sur l'ensemble du territoire français. Elle a pour objet de fédérer et développer toute initiative d'intérêt général en matière de musiques actuelles.

Plus de 150 projets ou structures adhèrent à la FEDELIMA. Très majoritairement associatifs, ils représentent une grande diversité de territoires et s'incarnent à travers différentes tailles d'équipes et d'équipements, d'histoires et de projets artistiques et culturels.

La FEDELIMA a pour fonction transversale l'observation et la production d'analyses et d'études. Elle participe ainsi de la connaissance des lieux de musiques actuelles et plus largement du secteur culturel.

### GRABUGE :

La REMCA adhère à GRABUGE (Fédération des Musiques Actuelles Grand Est) depuis mars 2020 qui s'adresse à l'ensemble des professions, des esthétiques et des structures de la filière.

Cette fédération a pour objet de favoriser le développement des musiques actuelles par un réseau régional d'acteurs, large et ouvert, représentatif de la filière et du territoire de la région Grand Est, par le soutien, l'innovation, la production, l'expérimentation, la transmission et la coopération.

Pour ce faire, GRABUGE met en œuvre les moyens et actions destinés à remplir cet objet :

- L'appui aux acteurs
- La représentation de la filière
- L'observation
- Le développement artistique

À ce titre, GRABUGE peut mener tout projet ou action pouvant directement ou indirectement contribuer à la réalisation de son objet mais n'intervient, dans l'accomplissement de son objet, qu'en subsidiarité de ses adhérent-e-s, et en synergie avec eux.

### Le SMA (Syndicat d'employeurs des Musiques Actuelles) :

Créé en 2005, le SMA est le syndicat de la filière des musiques actuelles et rassemble aujourd'hui 600 entreprises. Il représente des festivals, des salles de concerts (dont les salles labellisées SMAC par l'État), des producteurs de spectacles, des producteurs de disques (labels), des centres de formation ou encore des radios, ainsi que des fédérations et réseaux.

Ces entreprises indépendantes et majoritairement associatives ont pour point commun d'œuvrer en faveur de l'intérêt général et de la diversité, notamment en soutenant l'expression des artistes et l'accès à la culture des populations. Elles revendiquent une lucrativité limitée.

La Cartonnerie a adhéré au SMA en 2012, après modification des statuts de celui-ci en Congrès National, permettant aux Régies Personnalisées et aux EPCC de devenir adhérents.

### **AGI-SON**

AGI-SON est une association qui défend, depuis plus de 20 ans, la création et la qualité sonore dans l'écoute et la pratique des musiques amplifiées.

L'association fédère plus de 60 ORGANISATIONS nationales et régionales: syndicats, organismes de formation, fédérations, festivals... Ensemble, elles œuvrent à une gestion sonore maîtrisée, conciliant préservation de la santé auditive, respect de l'environnement et des conditions de la pratique musicale.

Les actions d'AGI-SON se déploient dans la France entière grâce à son réseau de RELAIS RÉGIONAUX.

La Cartonnerie, en tant que co-relais régional GRAND EST, est référent « gestion sonore ». Elle est l'interlocutrice directe pour s'informer ou mettre en place une action à l'échelle locale (prêt de casques pour enfants, distribution de bouchons d'oreille, diffusion de la campagne Ear We Are).

## B. PARTENAIRES CULTURELS ET ASSOCIATIFS

### ① LES PARTENAIRES CULTURELS

Structures culturelles associées en 2024 :

- Césaré
- JazzUs
- FARaway Festival
- Association GRABUGE
- Association Culture Mecanic
- Les ateliers Slam.com
- Studio 511
- Moonshiners Records
- Association Wonder Eyes
- Association Wilderness Sound
- Association La Mine
- Association Lez Arts Aki
- Collectif Le Gram
- Pop Women Festival
- Label Obsidienne
- Association Drip Kulture

### ② LES PARTENAIRES SOCIAUX

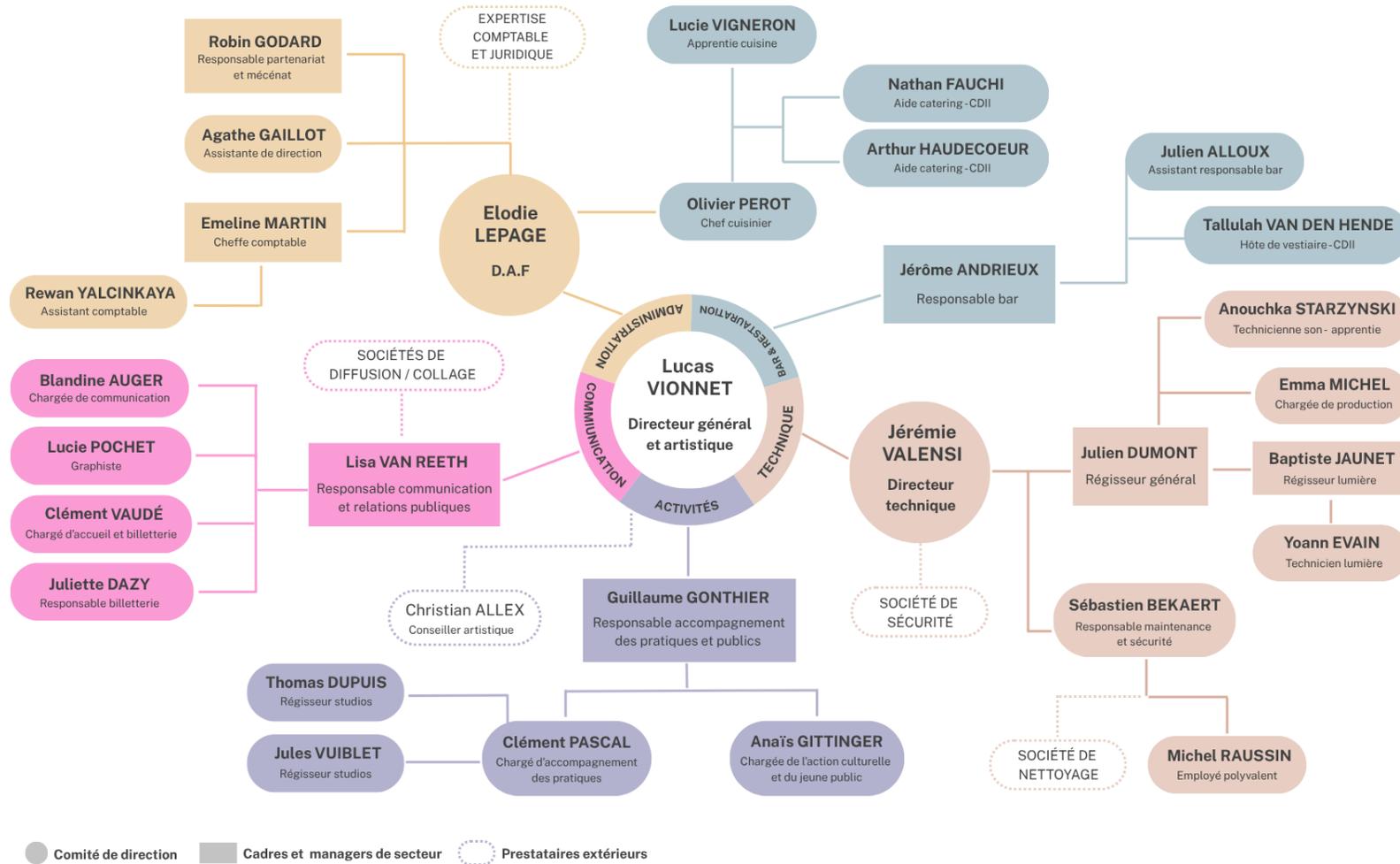
Structures socio-culturelles et médico-sociales associées en 2024 :

- Maisons de quartiers
- Culture du Cœur
- CHU de Reims
- Foyer Sève Eveil
- Hôpital Sébastopol

# LES MOYENS AU SERVICE DU PROJET

## A. L'ÉQUIPE

### ① L'ORGANIGRAMME



## ② LE BILAN SOCIAL

### Agrégation des trois établissements de la REMCA : Budget Principal, Budgets annexes Débit de boisson et Centre de Formation

Chiffres en noir = 2024, chiffres en gris = 2023

#### a. Bilan emploi 2024 - agrégation des 3 établissements

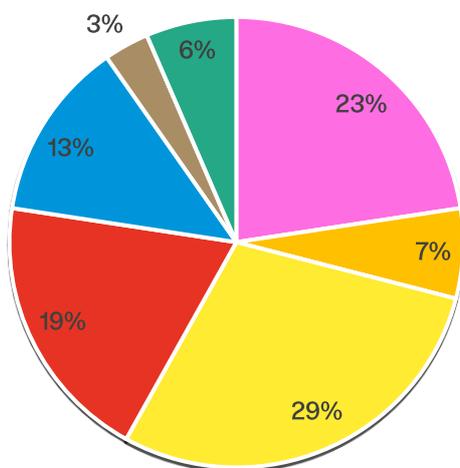
- [Effectif total au 31/12/2024 : 29 salariés et 2 apprentis](#)  
Pour mémoire, effectif total au 31/12/2023 : 31 salariés et 3 apprentis

Répartition par type de contrat :

CDI		CDI Intermittent	CDD de droit commun		Apprentis		Total	
Temps plein	Temps partiel	Temps partiel	Temps plein	Temps partiel	Temps plein	Temps partiel	Temps plein	Temps partiel
20	2	8	1	0	3	0	24	10
20	2	5	1	1	2	0	23	8
22		8	1		3		34	
22		5	2		2		31	

Répartition par classification et par sexe :

Cadres		Techniciens / Agents de maîtrise		Employés		Apprentis		Total	
Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
8	2	9	6	5	1	1	2	23	11
7	2	9	6	4	1	0	2	20	11
10		15		7		3		34	
9		15		5		2		31	



Répartition par âge et par sexe :

< 30 ans		30 à 40 ans		> 40 ans		Moyenne d'âge	
Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
4	4	10	4	9	3	38,35	33,37
4	5	8	4	7	3	39,39	31,27
8		14		12		36,71	
9		12		10		36,51	

Moyenne d'âge de l'équipe permanente au 31/12/2024

<b>Moyenne d'âge des cadres</b>	41,3
	<b>41,6</b>
<b>Moyenne d'âge des Techniciens / Agents de maîtrise</b>	35,8
	<b>34,6</b>
<b>Moyenne d'âge des employés</b>	38,3
	<b>36,8</b>
<b>Moyenne d'âge des apprentis</b>	22,7
	<b>19,5</b>

- [Effectif en équivalent temps plein sur l'année 2024 : 31,62 salariés](#)

Pour mémoire ETP sur l'année 2023 : 34,37

Répartition par type de contrat :

CDI		CDI Intermittent	CDD de droit commun		CDD d'Usage - Intermittent	
Temps plein	Temps partiel	Temps partiel	Temps plein	Temps partiel	Techniciens	Artistes
19,67	1,26	2,6	1	3,98	4,78	1,08
19,72	1,26	2,22	1	3,25	3,12	1,05
20,93		2,6	4,98		5,86	
20,98		2,22	4,25		4,17	

Répartition par sexe :

CDI		CDI Intermittent		CDD de droit commun		CDD d'Usage - Intermittent	
Homme	Femme	Homme	Femme	Homme	Femme	Homme	Femme
14,65	6,28	1,69	0,91	2,82	2,16	4,97	0,89
14,41	6,57	1,56	0,66	2,08	2,17	3,33	0,84
ETP Femme 2023		10,24		ETP Homme 2023		24,13	
ETP Femme 2024		10,24		ETP Homme 2024		21,38	

Autres informations :

<b>Nombre de bulletins de paie édités</b>	1920
	<b>1800</b>
<b>Nombre de salariés actifs</b>	355
	<b>245</b>

## EMBAUCHES

CDI	CDI Intermittents	TOTAL EMBAUCHES CDI
2	0	2
0	0	0

CDD de droit commun	CDD d'usage	TOTAL EMBAUCHES CDD
650	828	1478
644	755	1399

## FINS DE CONTRATS

CDI	CDI Intermittents	TOTAL DEPARTS CDI
2	1	3
1	2	3

CDD de droit commun	CDD d'usage	TOTAL DEPARTS CDD
650	828	1478
644	755	1399

Motifs des départs :

- CDI : 1 rupture conventionnelle
- CDII : 1 licenciement pour inaptitude (avec impossibilité de reclassement) + 1 démission

## ANCIENNETÉ :

- Création de la REMCA : 21 ans et 3 mois (Octobre 2003)
- Ouverture de la Cartonnerie : 19 ans et 11 mois (Février 2005)
- Création du Centre de Formation : 19 ans et 1 mois (Décembre 2005)
- Création du Débit de Boissons de la REMCA : 20 ans et 3 mois (Octobre 2004)

Cadres		Techniciens / Agents de maîtrise		Employés		Moyenne	
Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
9 ans 11 mois	11 ans 8 mois	5 ans 8 mois	9 ans 2 mois	2 ans 8 mois	2 ans 2 mois	6 ans 7 mois	8 ans 11 mois
10 ans 3 mois	12 ans 7 mois	6 ans 7 mois	7 ans 8 mois	4 ans 0 mois	3 ans 2 mois	7 ans 5 mois	8 ans 3 mois
10 ans 4 mois		7 ans 1 mois		2 ans 7 mois		7 ans 3 mois	
10 ans 10 mois		7 ans 0 mois		3 ans 10 mois		7 ans 8 mois	

## ABSENTÉISME :

### Nombre de journées d'absence pour maladie :

Cadres		Techniciens / Agents de maîtrise		Employés		Total	
Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
75	0	53	8	36	0	164	8
4	8	68	297	22	4	94	309
75		61		36		172	
12		365		26		403	

### Répartition des absences pour maladie selon leur durée :

< ou = 3 jours	de 4 à 5 jours	> 5 jours	Total
13	0	7	20
12	4	17	33

## APPRENTIS :

Nombre d'apprentis accueillis en 2024	1
	3

### Services concernés :

Communication	1
Cuisine	1
Technique son	1

## STAGIAIRES REMUNERES (plus de 2 mois) :

Nombre de stagiaires accueillis en 2024	3
	2

### Services concernés : nombres de stagiaires

Communication	1
Partenariat et mécénat	1

Nombre d'heures de gratifications versés aux stagiaires	1820
	967
Montant des gratifications versées	7 767,90 €
	3 869,00 €

b. Bilan rémunérations et charges 2024 - agrégation des 3 établissements

MONTANT DES REMUNERATIONS :

<b>Masse salariale annuelle brute 2024</b>	<b>997 428,00 €</b>
<i>Masse salariale annuelle brute 2023</i>	<i>1 054 911,60 €</i>

Répartition par catégorie professionnelle :

Cadres	Non cadres	Total
<i>394 014,64 €</i>	<i>660 896,96 €</i>	<i>1 054 911,60 €</i>
379 967,23 €	617 460,77 €	<b>997 428,00 €</b>

CHARGE SALARIALE GLOBALE (brute) :

Masse salariale brute

Permanents CDI/CDII	CDD de droit commun	CDD d'usage techniciens	CDD d'usage artiste	Total
<i>676 211,79 €</i>	<i>199 127,48 €</i>	<i>154 690,86 €</i>	<i>24 881,47 €</i>	<i>1 054 911,60 €</i>
691 368,85 €	181 449,95 €	99 484,44 €	25 124,76 €	<b>997 428,00 €</b>

Charges patronales

Permanents CDI/CDII	CDD de droit commun	CDD d'usage techniciens	CDD d'usage artiste	Total
<i>265 754,26 €</i>	<i>66 585,81 €</i>	<i>94 783,24 €</i>	<i>14 897,63 €</i>	<i>442 020,94 €</i>
284 398,48 €	60 988,95 €	60 466,14 €	15 098,77 €	<b>420 952,34 €</b>

AUTRES CHARGES :

Tickets restaurant part patronale

Montant	Tickets distribués
<i>45 494,75 €</i>	<i>4 919</i>
44 111,25 €	4 769

SANTE ET SECURITE AU TRAVAIL :

CHU REIMS - Hôpital Sébastopol - 48 Rue de Sébastopol - 51100 REIMS

Visites effectuées en 2024

Visites d'embauches	Visite systématiques (tous les 3 ans)	Surveillance médicale renforcée (tous les 2 ans)	Visite de mi-carrière	Visite de reprise après arrêt maladie	Total
<i>3</i>	<i>6</i>	<i>5</i>	<i>3</i>	<i>1</i>	<i>18</i>
2	4	1	0	2	<b>9</b>

## FORMATIONS

OPCA conventionnel : AFDAS (8 rue Gustave Adolphe Hirn - CS 90180, 67005 Strasbourg Cedex)

### Récapitulatif des formations financées par l'AFDAS :

#### Contrats d'apprentissage :

- Formation CAP Cuisine : 1 apprenti du 03/10/2023 au 31/08/2024
- Formation CAP Cuisine : 1 apprenti du 02/09/2024 au 31/08/2026
- Formation Expert du Design Numérique et Interactif : 1 apprentie du 20/09/2022 au 06/09/2024
- Formation régie de spectacles et d'évènements : 1 apprentie du 20/09/2022 au 02/09/2024
- Formation cheffe opérateur du son : 1 apprentie du 09/09/2024 au 12/12/2025

#### Plan de formation d'entreprise :

- Maitriser le logiciel de vente en ligne et son module de marketing (3 jours): 4 salariés
- Introduction à la transformation écologique du spectacle (1 jour) : 1 salarié
- Appui Conseil RSE - Collectif (du 01/09 au 31/12/25) : 1 salarié
- Permis d'exploitation Licence IV - mise à jour (1 jour) : 2 salariés
- Permis de former (apprentis) - mise à jour (1 jour): 1 salarié
- Devenir référent violences et harcèlements sexistes et sexuels (2 jours) : 1 salariée

#### Formation financée sur fonds propres :

- Communication auprès des partenaires publics et des media (2 jours): 1 salarié
- Mixage console Midas Heritage D (1 jour): 10 techniciens (permanents et intermittents)

#### Formation interne :

- Formation à la sécurité incendie (SSI) pour tous les salariés permanents de la REMCA

### c. Informations communes aux 3 établissements

## COMITÉ SOCIAL ÉCONOMIQUE

Date des dernières élections : 30 mai 2022

Collège : unique (Cadre / Non-Cadre)

Liste syndicale présentée : aucune

Membres titulaires : M. Robin GODARD et M. Olivier PEROT

Membres suppléants : Mme Emeline MARTIN

## AVANTAGES SOCIAUX

- ⊙ Délai de carence maladie (disposition conventionnelle) : 3 jours
- ⊙ Indemnisation des jours fériés : seul le 1er mai donne droit à une majoration des heures travaillées de 100%
- ⊙ Accords d'entreprise et DUE en cours sur 2024 : accord sur les salaires, accord sur les tickets restaurant, accord sur les dimanches travaillés et DUE sur la mise en place du forfait mobilités durables
- ⊙ Tickets restaurants au 31/12/2024 :
  - Montant unitaire : 9,25 € (dernière réévaluation : 01/05/2020)
  - Taux de prise en charge de l'employeur : 60% (soit 5.55 €)

## B. LA STRUCTURE

La REMCA - Régie des Équipements Musiques & Cultures Actuelles - est une Régie Personnalisée (Régie dotée de la Personnalité Morale et de l'Autonomie Financière - de type SPIC - Service Public Industriel & Commercial).

La REMCA est administrée par un Conseil d'Administration, composé de onze membres, dont six issus du Conseil Municipal de Reims et cinq membres qualifiés.

En juin 2021, à la suite des élections municipales, un nouveau Conseil d'Administration a été nommé par délibération du Conseil Municipal pour la durée du mandat, succédant ainsi au précédent Conseil d'Administration (2020 > 2026).

Suite à la démission de M. Alban DOMINICY, en mars 2024, le conseil d'administration a élu M. Kevin PONCIN président de la REMCA, par délibération en date du 17/04/2024.

Le conseil d'administration a également accueilli Mme Carole MALDAGUE, en qualité de personne qualifiée, et M. Éric QUENARD, élu de la Ville de Reims, en remplacement, respectivement, de Christophe JOUVIN et Zabbaou LIMAN.

Les membres du conseil d'administration sont :

- M. Kevin PONCIN, Président
- M. Pascal LABELLE, Vice - Président
- Mme Sarah DA COSTA
- Mme Joëlle DAMERY
- M. Alban DOMINICY
- Mme Chafiaà MEBARKI
- M. Franck NOEL
- Mme Carole MALDAGUE
- M. Michel HERRY
- M. Éric QUENARD
- M. Rodolphe ROUCHAUSSE

- Extrait des statuts de la REMCA

### ARTICLE 2 - OBJET DE LA R.E.M.C.A.

*La R.E.M.C.A. a pour objet de développer un projet culturel fondé sur les musiques actuelles / amplifiées, dans le cadre de la gestion et de l'exploitation d'un ou plusieurs équipement(s) consacré(s) aux musiques actuelles / amplifiées, et dans la mise en œuvre d'un projet culturel et artistique.*

*Les propositions artistiques et culturelles seront centrées sur :*

- *la diffusion,*
- *l'organisation de spectacles vivants de musiques et cultures actuelles,*
- *l'aide à la création,*
- *la formation,*
- *l'information,*
- *l'accompagnement et la promotion des pratiques et des projets,*
- *la structuration du secteur.*

*En direction :*

- *des structures associatives, culturelles, socio - culturelles, privées et autres,*
- *des publics,*
- *des populations,*
- *des praticiens amateurs, de ceux en voie de professionnalisation, et des professionnels.*

*Dans un but général :*

- *de favoriser la diffusion et la création dans le secteur des musiques actuelles / amplifiées et des nouveaux champs culturels,*
- *d'accessibilité la plus large,*
- *d'une gestion conviviale avec, entre autres, la gestion de débits de boisson et d'un service de restauration.*

*La R.E.M.C.A. assure pleinement la gestion financière, administrative, et technique de ces missions, dans un cadre général de l'organisation d'un service public.*

Licences d'entrepreneur du spectacle :

Licence 1-L-R-21-4390

Licence 2-L-R-21-4391

Licence 3-L-R-21-4553

Numéros de SIRET des établissements :

Établissement principal : 45076463400033

Centre de Formation : 45076463400058

Débit de boissons : 5076463400041

Code APE : 9001Z

Nomenclature comptable : M4 applicable aux services publics industriels et commerciaux

Licence IV pour son débit de boissons (utilisée en Licence II)

## C. LA COMMUNICATION

En 2024, le service communication de La Cartonnerie a conforté son équipe et ses outils, consolidant les rôles et responsabilités de chacun et chacune, en s'appuyant sur une équipe renforcée, des prestataires et partenaires investis, ainsi que des outils de travail optimisés.

Un travail de fond a été mené sur l'image de marque de la structure, ses campagnes événementielles et ses perspectives, déjà largement tournées vers 2025 et qui s'inscrit dans cette continuité en poursuivant le travail amorcé : asseoir et rendre compte des valeurs et des fondamentaux du projet.

L'année 2024 a poursuivi la rupture initiée lors du changement de direction : **création d'une identité visuelle structurelle** et mise en place d'une **nouvelle identité graphique de saison**. De nombreux **outils** ont été développés (cadre stratégique, plan de communication, tableaux de suivi, réunions communication hebdomadaires, etc.).

Il s'agissait surtout de réfléchir au « **pourquoi** » communiquer avant d'aborder la question du « comment ». 2024 a ainsi permis à La Cartonnerie d'inscrire son projet dans ses mots et ses visuels, concrétisant des campagnes de communication fidèles à son ADN, en portant haut et fort, avec cœur et spontanéité, ses désirs et ses convictions.

La mise en place du plan de communication repose avant tout sur une équipe de communication. Au cœur de celle-ci :

- ⊙ Une **responsable communication** freelance en charge de la stratégie et du pilotage général, travaillant en lien étroit avec la direction de la salle pour concrétiser la vision globale.
- ⊙ Une **chargée de communication** en charge de la communication digitale, ayant évolué et assumant désormais davantage de responsabilités.

Une **graphiste**, passée d'un contrat en alternance à un contrat à durée déterminée à mi-temps.

Un **attaché à la communication et à la billetterie**, dont le poste a également évolué afin de prendre en charge une partie de la stratégie CRM et relations publiques de la structure

Tous sont placés sous la responsabilité directe du directeur général.

Cette équipe multidisciplinaire, composée de salariés et de prestataires indépendants, constitue le pilier de la notoriété et du rayonnement de La Cartonnerie. Leur expertise et leur engagement en font des artisans de la communication, œuvrant à mettre en lumière les artistes, créer du contenu engageant et enthousiaste, transformer les idées en visuels, cultiver une présence en ligne dynamique, mobiliser et entretenir un lien fort avec le public.

Les missions du service communication restent inchangées :

- ⊙ **Identifier et nommer** le projet artistique et culturel de l'établissement : charte sémantique et identité visuelle,
- ⊙ **Faire savoir** : désignations et caractéristiques, contenus, fréquence et modes de diffusion des différents supports,

- ⊙ **Promouvoir** : le projet artistique et culturel de l'établissement et ses différents volets d'action (diffusion, accompagnement et action culturelle),
- ⊙ **Animer** : les relations publiques, les relations presse, l'événementiel et les opérations partenariales,
- ⊙ **Accueillir** : l'accueil des publics, une signalétique adaptée...

## ① GUIDE DE MARQUE

### *Renforcer l'identité visuelle et sémantique de la structure*

#### Une identité structurelle

La refonte du logo et de sa baseline, l'assise d'une typographie et de principes d'affichage, la systématisation d'une palette de couleurs référentes. La cible comme motif et signe de reconnaissance immédiat.

#### Une identité sémantique

Qui s'affirme davantage, qui s'éloigne du jargon institutionnel, qui interpelle et redonne la parole, travaille le format « clin d'œil » et repense sa cohérence générale.

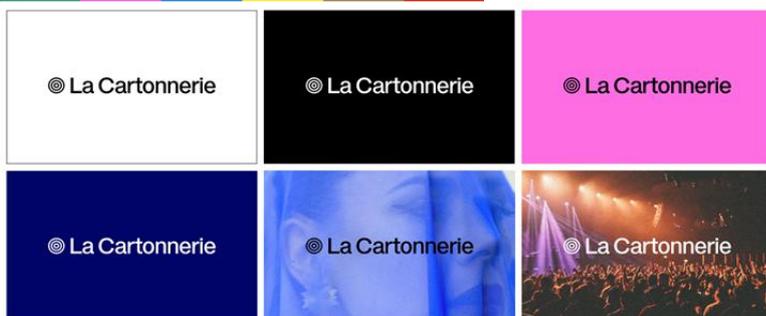
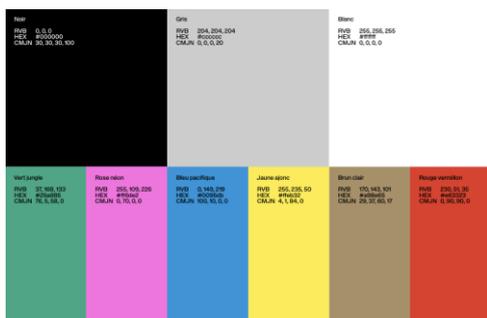
#### Une identité iconographique

La réalisation d'un diagnostic des bases d'images actuelles afin de passer commande auprès de photographes pour combler les manques thématiques. La réalisation de supports génériques et transversaux laissant place à l'image et aux photographies de public (pochettes à billets, billets, habillages ticketshop, mailings, etc.).

@cible → ⊙

⊙ **La Cartonnerie**  
Musiques & Cultures Actuelles | Reims

Carto Trainer Finalist | 79 pt / 69 pt | Approche - 20



## Renforcer l'identité visuelle et sémantique de la structure

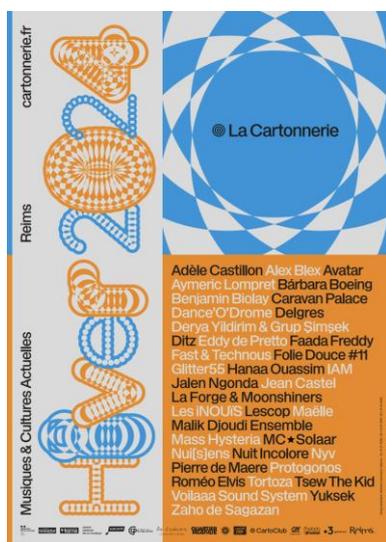
### Une identité de saison

La déclinaison d'un système graphique plutôt que d'une série de visuels. Initiée par le studio Aletheia pour la saison 2023-2024, l'identité de saison a ensuite été confiée à l'agence Blokk pour la saison 2024-2025. Elle conjugue considérations événementielles et promotionnelles.

### Agence Aletheia

C'est l'agence Aletheia qui a été missionnée sur la refonte de la charte structurelle et de la saison 2023/2024. Il s'agissait de concevoir une identité visuelle qui mette en lumière la singularité et la vitalité des propositions artistiques de La Cartonnerie.

Visuel avril / mai / juin 2024



Visuel janvier/février/mars 2024



### Agence Blokk

Visuel septembre / octobre / novembre / décembre 2024



Pour la saison 2024/2025, c'est à l'agence Blokk que nous avons confié le déploiement d'un nouvel univers visuel. Nous nous sommes amusés à capturer l'énergie du beatbox en traduisant ses sons en onomatopées visuelles.

Chacune des affiches de cette saison utilise des lettres et des typographies expressives pour représenter les rythmes et les percussions vocales, créant ainsi une fusion vivante entre le son et l'image.

Et pour encore mieux évoquer l'essence même d'une performance live, nous avons confié le remix des sons accompagnant chacune des affiches à l'un des artistes accompagnés par La Cartonnerie dans le cadre des Hyperactivités.

## ② SUPPORTS PRINT

### Des supports d'information confortés

L'affiche reste le support de prédilection de notre secteur d'activité. Elle garantit une présence visuelle dans l'espace urbain et reste la seule à ne pas se plier aux règles imposées par les algorithmes. Elle est « grand public » par essence et permet de présenter un évènement ou une saison au plus grand nombre à un prix abordable.

Plusieurs formats cohabitent ainsi que différents visuels (affiches de La Cartonnerie et affiches des artistes programmés).

La Cartonnerie émet également, chaque trimestre, un support d'information référent sous forme de dépliant. Il permet de présenter de manière exhaustive les évènements d'un trimestre sous la forme d'une planification dont la présentation et la mise en page sont volontairement similaires d'une édition à l'autre.

Ces supports référents sont complétés, ponctuellement, par l'impression de tracts consacrés à un concert, un style musical ou à une série d'évènements. Ces derniers sont prioritairement diffusés dans nos murs mais font également l'objet de sessions de street marketing ciblées.

### Des supports physiques intemporels

Parallèlement, nous avons revu les supports permettant d'assumer une présence visuelle dans l'environnement direct, d'afficher La Cartonnerie chez ses partenaires ou lors d'opérations de relations publiques hors les murs. Pochettes à billet, roll-up, fond d'interview, gobelets, cartes des bars, gabarits de présentation, etc. participent ainsi à l'assise générale de l'identité de marque de la structure.

### Des prestataires locaux

L'impression des supports trimestriels est réalisée dans une imprimerie rémoise. Seuls quelques affiches artistes et certains tracts sont imprimés par une imprimerie en ligne pour des raisons de coûts et de réactivité.

## Récapitulatif des impressions 2024

### AFFICHES

Désignations	Quantités
70x100 génériques trimestre 3 (sept-oct-nov-déc 2024)	250 ex.
70x100 line-up trimestre 1 (janvier-février-mars 2024)	600 ex.
70x100 line-up trimestre 2 (avril-mai-juin 2024)	600 ex.
70x100 line-up trimestre 3 (sept-oct-nov-déc 2024)	1000 ex.
3 line-up trimestre 1 (janvier-février-mars 2024)	300 ex.
A3 line-up trimestre 2 (avril-mai-juin 2024)	300 ex.
A3 line-up trimestre 3 (sept-oct-nov-déc 2024)	900 ex.
120x175 line-up trimestre 3 (sept-oct-nov-déc 2024)	60 ex.
4 m <sup>2</sup> Colonne Morris line-up trimestre 3 (sept-oct-nov-déc 2024)	6 ex.
70x100 artiste Tsew The Kid (by cartonnerie)	300 ex.
70x100 artiste Zaoui (by cartonnerie)	200 ex.
70x100 artiste Rouhnaa (by cartonnerie)	150 ex.
70x100 ou 80x120 artistes	Environ 6000 ex.

### DÉPLIANTS

Désignations	Quantités
Dépliant trimestre 1 (janvier-février-mars 2024)	20 000 ex.
Dépliant trimestre 2 (avril-mai-juin 2024)	10 000 ex.
Dépliant trimestre 3 (sept-oct-nov-déc 2024)	30 000 ex.

### TRACTS

Désignations	Quantités
Divers - impressions « maison »	variables

### SUPPORTS TRANSVERSAUX

Désignations	Quantités
Pochettes billetterie (3 x 1000 ex)	3000 ex.
Cartes de visite (3 x 100 ex + 2 x 50 ex)	500 ex.
Cartes de vœux (impression Riso Papier Bon Oeil)	250 ex.
Cartes de bar 91 x 61 cm (2 x 6 ex.)	6 ex.
Roll-up	4 ex.
Roll-up XXL (toile de fond itw)	1 ex.
Présentoirs desk carton (10 par trimestre)	30 ex.
Stickers « cibles » - 2 rouleaux de 500 ex.	1000 ex.

### ③ SUPPORTS ÉCRANS

#### Site Internet

2024, refonte totale du site web facilitant la lecture de nos activités, la promotion et privilégiant l'expérience utilisateur.

Accessible depuis n'importe quel terminal, le site Internet est le support central de notre communication digitale. Accessible 24h/24h, prioritairement consulté depuis un mobile, il est une vitrine indispensable qui nécessite des mises à jour, de l'entretien et de la réflexion, tant au niveau du design que de l'expérience de la navigation ou de son accessibilité.

Administré en interne, le site Internet de La Cartonnerie ([www.cartonnerie.fr](http://www.cartonnerie.fr)) n'avait pas évolué depuis plusieurs années. Créé dans l'urgence et sans avoir bénéficié d'une vision stratégique globale de son arborescence et de sa navigation, le site nécessitait une refonte totale. Le cahier des charges a été co-construit par l'équipe de communication, le développement a été confié à un prestataire extérieur quand le webdesign a été assuré en interne.

Le nouveau site Internet rend compte de l'état d'esprit du lieu et de son équipe (textes et images adaptés), il offre une vitrine permanente des activités de La Cartonnerie, relaye les informations quotidiennes de la structure et permet la publication de contenus visuels, multimédias, narratifs.

Il reflète la charte structurelle et présente de nombreuses photos afin de redonner place à l'humain. Il intègre les notions de participation, d'interactivité et de mobilité tout en générant contacts et fidélisation.

Le site répond aux exigences d'accessibilité (responsive design au minimum) et a été conçu dans une démarche d'éco-conception.

#### Accessibilité numérique : un enjeu majeur pour l'inclusion

Une grande partie de la population rencontre encore des difficultés pour effectuer des démarches en ligne ou naviguer sur internet. En cause ? Des interfaces web souvent inadaptées.

Dans une démarche d'inclusion numérique, La Cartonnerie a choisi d'équiper son site avec FACIL'iti, une solution innovante qui adapte l'affichage des sites web aux besoins des internautes :

- Visuels (malvoyance, daltonisme, cataracte...),
- Moteurs (maladie de Parkinson, sclérose en plaques...),
- Cognitifs (dyslexie...).

#### CHIFFRES CLÉS

182 000 visiteurs uniques  
dont 178 000 nouveaux visiteurs

543 967 pages vues  
1 min 07 sec  
= durée moyenne d'une session

« homepage » « agenda »  
« où acheter mes billets »  
sont les 3 pages les plus vues

#### LES PICS DE L'ANNÉE

1er fév. 2024  
> annonce du concert de The  
Libertines  
19 mars 2024  
> annonce de Jump!  
23 oct. 2024  
> annonce du concert de Yoa  
25 oct. 2024  
> mise en vente du concert de Hélène

Mais aussi à toutes celles et ceux en quête d'un meilleur confort de navigation (fatigue visuelle, migraines, mode nuit...).

Ce projet a été financé grâce au soutien de la Maison de Champagne Veuve Clicquot, dans le cadre d'un programme de mécénat.

### Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux permettent de déployer une stratégie visant à séduire un public de passionnés, un marketing affinitaire, une démarche de conquête de communautés se reconnaissant dans des valeurs ou des passions communes. Créer des liens, favoriser l'interaction avec le public et sa participation, personnaliser les activités et rendre les propositions plus incarnées et attachantes, fidéliser et générer du trafic, créer de l'engagement et amener les fans à être prescripteurs, offrir une vitrine complémentaire, permettre la publication de contenus visuels, vidéos et narratifs, générer des statistiques, etc.... l'intérêt du déploiement de La Cartonnerie sur les réseaux sociaux n'est plus à prouver.

En 2024, la stratégie digitale s'affine en menant de front différentes actions :

- développement d'un réseau « oublié » : LinkedIn avec la création du mini comité éditorial en charge de la définition des sujets, publications et interactions,
- renforcement des sponsorisations meta afin d'assurer la visibilité de nos contenus
- multiplication des formats vidéo (stories et reels),
- création de contenus renforcée pour TikTok,
- personnification de nos réseaux à travers la création d'un personnage / mascotte, « Boubounite ».

Facebook devient le réseau social le moins en phase avec le public alors que Instagram et Tik Tok gagne une popularité exponentielle. Twitter étant de plus en plus politisé, il est plus délicat de gagner des publics via cette plateforme. Enfin LinkedIn est un outil indispensable pour inscrire La Cartonnerie au cœur des réseaux institutionnels, professionnels ou territorialisés.

## Facebook

**32 800** abonnés  
soit **2100** nouveaux abonnés (+7%)  
soit **883.400** utilisateurs touchés

**199** publications  
**29 200** interactions générées

**Reims, Paris & Charleville-Mézières**  
sont les villes les plus représentées

les **25-34 et 35-44 ans**  
sont les plus représentés  
**56% Femmes / 44% Hommes**

**1 539,04€** investis  
**7.80€** en moyenne par publication  
**2 280 451** impressions  
**12 201** clics pour **0.02** conversions

## Instagram

**17 300** abonnés  
soit **2 700** nouveaux abonnés (+16%)  
soit **1.2M** utilisateurs touchés

**428** publications  
**72** reels / **500** stories

**16 000** vues pour le reel le plus vu  
**13 600** interactions générées

**Reims, Paris & Charleville-Mézières**  
sont les villes les plus représentées

les **18-24 ans**  
sont les plus représentés

**54.7%** Femme / **45.3%** Hommes

## Tiktok

**1 230** abonnés  
soit **499** nouveaux abonnés  
soit **150 000** utilisateurs touchés

**252 000** impressions  
**97** publications

**14 500** interactions générées

**Paris, Reims & Lyon**  
sont les villes les plus représentées

Les **18-24**  
sont les plus représentés

**71% Femme / 28% Homme**

## LinkedIn

**3 372** abonnés  
soit **454** nouveaux abonnés  
soit **11 347** utilisateurs touchés

**1456** interactions générées

**Reims, Paris & Charleville-Mézières** sont  
les villes les plus représentées

**Médias & communication, Opérations &  
Développement commercial** sont les  
secteurs professionnels les plus  
représentés

## YouTube

**201** abonnés  
soit **36** nouveaux abonnés  
**1 100** vues cumulées  
**27,2** heures de vision cumulées  
**60** vidéos hébergées

Reels populaires par vues

Booster du contenu Voir tous les contenus

BACKSTAGE Épisode #1 • La production &...  
Dimanche 8 décembre 09:18  
4.4 K 13 0

Vos réactions (bien drôles) après le...  
Mardi 10 décembre 10:05  
3.4 K 37 1

Retour sur le concert de Ministère A.M.E.R...  
Mercredi 9 octobre 05:17  
3.2 K 41 6

Ministère A.M.E.R. + SOB ven. 4 octobre...  
Jeudi 3 octobre 07:46  
2.3 K 16 6

Voici un petit aperçu des prochaines...  
Lundi 9 septembre 01:10  
2.1 K 8 0

Publications populaires par vues

Booster du contenu Voir tous les contenus

The Avener 18.01.20 20h  
NOUVELLE DATE The Avener sa...  
Vendredi 8 novembre 09:01  
15.9 K 192 41

LA TOURNÉE HELENA 24.04.202...  
Annonce HELENA 24.04.202...  
Lundi 21 octobre 09:23  
13.7 K 68 38

Adé 05.03.25 20h  
Nouvelle date Adé mer. 5 mars 202...  
Mercredi 9 octobre 03:12  
10.8 K 71 27

Pierre-Emmanuel Barre 26.02.25 20h  
NOUVELLE DATE Pierre-...  
Mardi 24 septembre 03:08  
10 K 114 30

Popa Chubby 12.11.25 20h  
nouvelle date Popa Chubby mer. 1...  
Jeudi 12 décembre 09:05  
9.8 K 101 40

Publications populaires par interactions

Booster du contenu Voir tous les contenus

CONCOURS (terminé) Tente de...  
Dimanche 22 septembre 03:29  
1.5 K 611 788

La Magnifique Society tire sa révérence Un...  
Lundi 7 octobre 09:15  
1.3 K 1.2 K 70

HELENA Jeu. 24 avr...  
Annonce HELENA Jeu. 24 avr...  
Lundi 21 octobre 09:23  
918 855 20

Programmation 20...  
Vendredi 12 juillet 03:01  
552 476 20

Dance'o'Drome #4 Yuksek W/Friends...  
Vendredi 4 octobre 02:58  
408 378 6

Tes meilleures publications

Les plus vues Spectateurs les plus récents

- On se retrouve pour le concert de So La Lune le 18 mai Bertran...  
32127 vues au cours des 365 jours  
Publiée le 10 janv. 2024
- En vrai, vous le savez, vos billets pass culture sont dans votre bo...  
31551 vues au cours des 365 jours  
Publiée le 16 nov. 2022
- une mission pour les braves 🤝  
#CapCut #fyp #lacartonneried...  
19259 vues au cours des 365 jours  
Publiée le 6 mai 2024
- La queen à Reims 🙌🙌 @Eva #cartoreims #concert #reims #...  
18375 vues au cours des 365 jours  
Publiée le 27 sept. 2024
- @Boubounite prend soin de vos affaires, mais laissez-les à la m...  
12214 vues au cours des 365 jours  
Publiée le 12 sept. 2024

C'est de l'humour, on vous aime, mais faites attention à vous 🤪...

## Newsletters

Envoyer des newsletters régulières présente de nombreux avantages et permet d'entretenir et de développer des relations durables avec le public cible. En fournissant régulièrement du contenu pertinent, la newsletter permet de garder une audience engagée et intéressée par l'actualité de La Cartonnerie. Avec des fichiers contacts qualifiés et segmentés, il est possible de personnaliser le contenu des newsletters en fonction des intérêts et des besoins spécifiques du public. Elles peuvent influencer les décisions d'achat et stimuler les ventes. Leur analyse (taux d'ouverture et taux de clic) permet d'ajuster et d'optimiser la stratégie globale. Créer un rendez-vous et informer sur les actualités de La Cartonnerie, de générer du trafic sur le site, de s'adresser à un public demandeur d'informations (inscriptions volontaires), de relancer les utilisateurs sur certaines actualités, de fidéliser grâce à des offres et des informations personnalisées et avantageuses pour les inscrits, de bénéficier d'un support moins volatile que les publications des réseaux sociaux (une newsletter peut se garder), de segmenter les fichiers pour cibler les envois.

Jusqu'à présent, l'envoi des newsletters ne faisait pas l'objet d'un planning défini et régulier. Ces dernières étaient envoyées en fonction des impératifs de la structure et de ses actualités. En 2024, après la systématisation d'un envoi mensuel, la décision a été prise d'augmenter la fréquence d'envoi avec une newsletter tous les 15 jours.

Ces dernières sont complétées par des envois de mailings ciblés via notre plateforme de billetterie.

En tous les cas, la stratégie CRM et la gestion des envois, tout comme celle des fichiers, se doit d'être reconsidérée et sera prioritaire dans le développement des actions en 2025.

Actuellement, la newsletter est envoyée via la plateforme Brevo quand les mailings sont envoyés via Secutix notre plateforme de gestion de billetterie et de contact. Il s'agira de tout basculer sur Secutix à la rentrée de septembre 2025.

34 newsletters envoyées en 2024

9 018 contacts

30.57% taux d'ouverture moyen

2.43% taux de clic moyen

Newsletter de novembre 24

Newsletter de décembre 24

Idées de Cadeaux de Noël

sont les 3 newsletters les plus lues

### *Gestion de la relation client « Adhèrent »*

Dans le cadre de la nouvelle stratégie de fidélisation et de gestion CRM, une campagne en faveur des adhésions a été mise en place. Une série de visuels dédiés a été créée pour accompagner le lancement des adhésions en ligne. À l'occasion du Grand Opening, une offre spéciale a permis de faire gagner un nombre limité d'adhésions. Parallèlement, une stratégie CRM et marketing a été déployée, intégrant l'automatisation des mailings, les relances et la gestion des dates clés.

### Référencement et webmarketing

Le webmarketing englobe différentes techniques et pratiques de diffusions digitales. La Cartonnerie travaille d'ores et déjà certaines d'entre elles. Elles permettent de promouvoir l'image de marque de La Cartonnerie, de générer des ventes de tickets, de communiquer autour de l'annonce de la programmation dans une logique de notoriété et de vente. Elle permet surtout une communication web ultra ciblée et géolocalisée dont l'objectif principal est de créer du flux sur la page billetterie du site Internet, de générer des data et de pouvoir ensuite les retargeter. Plusieurs formats et types d'actions ont été testés ces dernières années. Des campagnes de publicité display (confiées à l'opérateur spécialisé Tradespotting) ont été menées sans avoir de résultats probants. Un dernier test a été réalisé pendant Jump et il a été décidé – au vu du coût de ces campagnes – de les stopper temporairement. Un travail stratégique plus poussé doit être mené afin de décider si nous les réintégrons ou pas à notre démarche globale. Il s'agit désormais de développer d'autres actions comme la publicité native qui va s'intégrer de manière transparente au contenu éditorial d'une plateforme, de renforcer la publicité sur les réseaux sociaux (sponsorisation) qui permet de cibler spécifiquement les utilisateurs en fonction de critères tels que la démographie, les centres d'intérêt et le comportement en ligne. Mais également de développer la diffusion de vidéos sur des plateformes telles que YouTube ou Vimeo.

Parallèlement, un travail doit être initié sur le référencement naturel (SEO) et le référencement payant (SEA) afin d'améliorer la visibilité de notre site internet dans les moteurs de recherche. La Cartonnerie est parfaitement bien référencée sur les moteurs de recherche tel que Google. Les avis sont pour la plupart très positifs. Mais cela doit être développé en particulier sur une base élargie de mots clés.

## Autres supports et actions

La Cartonnerie est présente sur plusieurs plateformes digitales complémentaires :

- YouTube : regroupant l'ensemble des teasers de programmation.
- Spotify : où une playlist trimestrielle est mise en ligne.
- Linktree : qui permet de centraliser et de simplifier l'accès aux différents contenus et plateformes de La Cartonnerie, offrant ainsi une navigation fluide et intuitive pour le public tout en optimisant la visibilité des actions menées.

Ces canaux permettent de diffuser du contenu aussi bien vers l'extérieur qu'au sein même du lieu. Par ailleurs, plusieurs initiatives ont été lancées, notamment la production de vidéos (série backstage, interviews d'artistes, etc.) et la systématisation des reportages photos lors des événements majeurs afin de constituer une banque d'images plus qualifiée.

## **④ DIFFUSION**

### Réseaux JC Decaux et Colonne Moris

L'affichage protégé, s'il a un coût parfois élevé, est important pour assurer visibilité de La Cartonnerie mais également pour officialiser sa présence en tant qu'acteur culturel référent. Ces réseaux offrent des espaces de qualité dont les emplacements sont stratégiquement sélectionnés dans des zones à forte affluence. Ils garantissent ainsi une visibilité optimale auprès d'un large public.

La Ville de Reims met à disposition des structures culturelles dont elle est partenaire un certain nombre de réseaux à titre gracieux. Seule l'impression est à la charge de la structure. >>> 3 réseaux par an sont ainsi réservés pour La Cartonnerie. Ils permettent d'afficher la structure sur 60 faces + 6 colonnes pendant 1 ou 2 semaines chaque trimestre.

### Affichage digital outdoor - Citiz (ex-Clearchannel)

Complémentaire de l'affichage protégé print, l'affichage digital en extérieur (DOOH - Digital Out-Of-Home) apporte d'autres avantages en permettant l'affichage de contenus dynamiques et interactifs, en permettant de diffuser des messages créatifs, des vidéos attractives et des animations. Aussi, la digitalisation permet une diffusion plus flexible avec des contenus pouvant être modifiés rapidement et facilement.

En 20214, nous avons profité de deux campagnes (hors Jump!), en hypercentre :

- 1 semaine à la rentrée de septembre en full access
- 1 semaine à la veille de Noël en part time.

### Affichage libre

L'affichage libre reste un passage obligé de la communication culturelle et événementielle. Il permet de toucher un large public dans des lieux fréquentés, souvent à moindre coût. Il offre une liberté créative plus importante (les formats peuvent varier, les messages aussi). Il nous offre la possibilité de cibler des zones spécifiques, notamment rurales.

Il peut renforcer un sentiment d'appartenance à une communauté, notamment avec les affiches directement émises par les artistes. Mais l'affichage libre peut aussi avoir quelques inconvénients : durée de vie parfois limitée des affiches qui sont vite recouvertes par la concurrence, règlementations de plus en plus strictes et espaces autorisés (ou tolérés) de plus en plus rares.

En 2024, nous avons travaillé avec deux prestataires :

- BBC Editions - pour les grands formats artistes et trimestres dans le Grand Reims + Epernay + Châlons en Champagne / à raison de 600 à 800 affiches par mois environ.
- Yapluka - pour les grands formats artistes et trimestres dans la grande région et notamment les Ardennes / à raison de 300 à 500 affiches par trimestre.

### Affichage de proximité et dépôts de dépliant

L'affichage de proximité est effectué avec un petit format (A3) et placé dans les magasins et les vitrines. Il permet de cibler spécifiquement les clients potentiels dans des quartiers précis, offrant ainsi une communication adaptée aux habitudes et préférences (étudiants par exemple). Il capte l'attention du public à un moment où ce dernier est potentiellement disponible. Il renforce la présence de La Cartonnerie dans le quotidien des habitants et bénéficie d'une durée de vie plus longue (entre 1 et 3 mois) que les affichages protégés ou libres.

Autre axe de diffusion clé, le dépôt des programmes dans les commerces et lieux culturels de la région. Les programmes déposés dans les commerces locaux touchent directement les habitants et leur permet de récupérer des informations pertinentes et détaillées. Les commerces qui acceptent le dépôt de nos programmes favorisent souvent certaines collaborations et contribuent au soutien des initiatives artistiques ou culturelles dans la région. En 2024, l'affichage de proximité et le dépôt de dépliant ont été assuré par

- des diffuseurs salariés (cdii) - pour le dépôt de programmes et l'affichage de proximité dans les commerces
- BBC Editions qui, suite au départ de l'un de nos salariés, a pris en charge la diffusion de la zone Reims et agglomération.

### Opérations de street-marketing

Seules quelques opérations ont pu être menées en 2024. Le manque de prestataires et leur disponibilité relative ne nous ont pas permis de réaliser autant d'opérations que souhaité. Le street-marketing offre pourtant aussi des avantages que les autres techniques de diffusion ne permettent pas :

- la possibilité d'un contact direct avec le public (la distribution de flyers en main propre permet un échange immédiat et personnalisé).
- la possibilité de cibler des zones spécifiques où se trouvent le public visé, permettant une diffusion plus précise (concerts dans d'autres lieux, festivals, foires, etc.)

Quelques rares opérations ont pu être menées avec Yapluka. Et deux diffusions ont été menées par un intérimaire (diffusion des dépliant auprès des partenaires de La Cartonnerie).

Les quantités de supports diffusés sont détaillés dans la partie consacrée aux supports print.

## ⑤ LES RELATIONS PRESSE

Les relations publiques visent à gérer et à entretenir les relations entre La Cartonnerie et ses divers publics, tels que les acteurs culturels, les collaborateurs, les prestataires, les partenaires, les réseaux d'influences, la communauté professionnelle en général. Elles visent à façonner l'image et la réputation de La Cartonnerie et impliquent la gestion de la communication interne et externe, la gestion de crise, le développement de partenariats, l'organisation d'évènements, et la construction d'une identité de marque cohérente.

Les relations presse, quant à elles, se concentrent spécifiquement sur la gestion des relations entre La Cartonnerie et les médias. Elles visent à obtenir une couverture médiatique positive. Elles impliquent de tenir à jour un carnet d'adresse qualifié, de rédiger et d'envoyer des communiqués de presse, d'organiser des points presse, d'entretenir des contacts avec les journalistes, et de répondre aux demandes des médias.

Cette année, la priorité a été de :

- créer des outils de suivi et de gestion des relations presse (fichier de contacts à jour, espace presse en ligne),
- conforter les relations presse déjà initiées
- envoyer des communiqués de presse (jusqu'ici les médias recevaient une newsletter générique dédiée à la programmation du mois),
- revoir la répartition du budget consacré à l'achat d'insertions et de conforter des partenaires médias.
- assurer une veille médiatique (revue de presse, veille technologique et éditoriale)
- mener des relations plus poussées avec les attachés de presse des artistes

### Les communiqués de presse

Ils offrent une information ponctuelle, claire et utilisable immédiatement. Ils sont consacrés aux temps forts (lancement de saison, évènements spéciaux, nouveaux projets, thématiques...) ou à une actualité particulière (annonce, annulation, positionnement, ...).

En 2024, les communiqués de presse ont traité de :

- l'évènement Hyperforum
- le lancement de la saison 2024-25
- les dispositifs d'accompagnement
- les mardis du floor
- la programmation de chaque trimestre

Un accent particulier est mis sur la communication autour des Hyperactivités, avec un communiqué de presse dédié au lancement des candidatures pour les dispositifs d'accompagnement. Par ailleurs, des commandes de reportages photo, comme celui réalisé lors de Folie Douce, viennent enrichir la documentation visuelle de ces événements.

## La revue de presse

Hébergée sur le drive communication, elle permet de regrouper dans un même document l'ensemble des retombées médiatiques obtenues.

## L'espace presse

Accessible depuis notre site Internet sans mot de passe, cet espace drive met à disposition des médias et partenaires du projet les éléments graphiques, éditoriaux et médiatiques essentiels à la communication du projet : communiqués de presse, logos, visuels génériques, albums photos du lieu et photos des artistes.

## Les insertions presse

Les encarts publicitaires (ou insertions presse) permettent de communiquer de manière ciblée dans des supports autres que ceux émis officiellement par La cartonnerie (journaux, magazines, portails web, brochures, campagnes radio, etc.). La plupart s'inscrivent dans le cadre de partenariats permettant de bénéficier de tarifs négociés. En 2024, l'ensemble des médias concernés a été réétudié et renégocié. Certains ont été stoppés au profit de nouveaux supports.

Les partenaires médias officiels de La Cartonnerie sont :

- France 3 Grand Est (désormais « Ici ») - partenariat relancé suite à une pause dans les échanges
- RJR - partenariat renforcé avec la mise en place de campagnes promotionnelles (jeux concours et spots antenne) mais également d'un éditorial développé (interviews d'artistes, reportages immersifs et émissions en direct)
- Radio Primitive - comme pour RJR
- l'Hebdo du Vendredi - insertions print et bannières renégociées

De nouveaux médias ont bénéficié de notre soutien (Première Pluie) et d'autres ont été recontactés suite à une pause dans les échanges (Newsmag, Art de vivre à la rémoise, etc.).

## Évènementiel presse

Particulièrement adapté lors de projets plus évènementiels (de type festival), les médias n'ont pas été conviés à des temps dédiés cette année (hors Jump!).

## Influenceurs.ses

Il s'agit de convaincre certaines « personnalités » d'associer leur image à celle de La Cartonnerie et gagner en crédibilité, intégrer les réseaux d'influence et les communautés des personnes concernées, renforcer la popularité de La Cartonnerie. Des collaborations avec des influenceurs locaux ont été initiées à l'occasion de Jump!. Le sujet, sensible, est soumis à réflexion pour la promotion de la saison.

## Relations publiques

La présence de La Cartonnerie est renforcée lors des événements de rentrée et des journées portes ouvertes, notamment à travers des stands ou des présentations en amphithéâtre.

## Une communication évènementielle au cœur de la saison

Du 6 au 23 juin, La Cartonnerie a fusionné culture et sport dans un laboratoire urbain ouvert et innovant. Totalement gratuit, cet événement majeur de fin de saison a permis, durant 3 week-ends, de célébrer trois nouvelles disciplines olympiques jeunes, urbaines et spectaculaires, intrinsèquement liées à la mode et à la musique.

Une expérience vivante et multigénérationnelle, où performances créatives et virtuoses ont célébré la street culture dans un décor extérieur spécialement créé pour l'occasion.

Contrairement aux événements précédents comme le festival « La Magnifique Society », la communication de Jump! n'a pas été portée par une équipe renforcée (attachés de presse, bénévoles, vidéastes, etc.) mais a été gérée par l'équipe communication permanente de La Cartonnerie.

## Un concept énergétique pour une identité fédératrice

Jump! incarne le mouvement et l'énergie positive rappelant l'aérobic des 80's et l'ambiance survitaminée d'un événement fluo. Plus qu'un simple mot, c'est une injonction à l'action, incitant à participer activement. Son identité visuelle, à la croisée de la musique et du sport, évoque autant le basket, le skate ou le break que les concerts et la danse. Un concept où énergie physique et vibrations musicales se rejoignent.

L'identité visuelle et sémantique ont également été complétées par une identité sonore sur la base d'une bande son dédiée. De Van Halen à Madonna, Jump! s'accompagne d'hymnes intemporels, offrant un fort potentiel viral et émotionnel à travers reels, stories et teasers.

Le nom de l'évènement, court, mémorable et facile à prononcer, allie créativité visuelle, immersion scénographique et storytelling puissant, avec une touche vintage assumée et réinventée.

C'est au travers de tous ces éléments que la communication de Jump! s'est inscrite en prolongeant sa saison et en affirmant son ancrage local.

Désignations	Quantités
Affiches 120x175 line-up trimestre 3 (juin 2024)	60 ex.
Affiches 4 m <sup>2</sup> Colonne Morris line-up trimestre 3 (juin 2024)	6 ex.
Affiches A3	300 ex
Affiches 70x100	600 ex.
Affiches focus artistes soirées payantes (3x150ex)	450 ex.
Dépliant 7 volets	15 000 ex.
Tracts - 2 x 7500 ex.	15 000 ex.
Tracts réassorts - 2 x 9500 ex.	19 000 ex.
+ Nombreux éléments de signalétique et de scénographie (akilux, drapeaux, bâches PVC, etc.)	
+ goodies (badges, porte-clés, stickers, éventails, totebags)	
Page dédiée dans le site Internet, campagnes RS spécifiques, sponsorisation et campagne display et Spotify, réalisation d'animations, de teasers et de mini videos, reportages photos (...)	
Dossier de presse et communiqués associés, point presse de lancement, insertions presse, accueil des journalistes pendant l'évènement (...)	

### ① UN CLUB D'ENTREPRISES RÉSILIENT FACE AUX CHANGEMENTS

Depuis sa création en 2012, le Carto Club, qui regroupe les entreprises partenaires et mécènes de la salle, a connu un développement continu. Les membres du club sont considérés comme des parties prenantes essentielles, pleinement intégrées dans les projets. La collaboration entre un acteur culturel et des partenaires privés locaux renforce notre action et amplifie notre impact sur le territoire.

En 2024, les membres ont suivi l'évolution des opérations, notamment le report de La Magnifique Society à 2025 et notre initiative de créer un nouvel événement estival : JUMP!. Ce projet territorial a bénéficié du soutien de nombreux membres, avec un total de 25 entreprises impliquées. Cette transition a été l'occasion de mobiliser les partenaires privés autour d'un nouveau défi et d'un format d'événement inédit.

Notre communication constante et transparente avec nos interlocuteurs favorise des échanges constructifs autour des nouvelles problématiques du secteur. Cela nous permet de mobiliser nos partenaires pour financer nos besoins réels, notamment pour des projets d'actions culturelles ou d'accompagnement artistique, confrontés à des gels budgétaires de la part des tutelles publiques malgré l'augmentation des frais et de ces activités.

Pour les années à venir, notre ambition est de maintenir ce noyau dur de partenaires, d'impliquer les membres dans les projets en cours et à venir, et d'animer le réseau à travers des événements organisés à la Cartonnerie et en dehors.

### BILAN FINANCIER

**213 549 € HT, dont 176 630 € en numéraire et 36 918 € en nature et compétences (ainsi que 15 472 € HT de billetterie à destination des partenaires privés)**

Fléchés sur La Cartonnerie : 103 979 € HT

62 156 € en numéraire

41 824 € en recette de privatisation de salle

Fléchés sur JUMP! : 109 569 € HT

72 651 € en numéraire

36 918 € en nature

### BILAN PARTENAIRES ET MÉCÈNES

**Au total ce sont 40 entreprises actives sur l'année 2024.**

À noter : des entreprises réalisent des opérations de partenariats et mécénat sur les deux projets (salle et temps fort).

Fléchés sur La Cartonnerie : 17 partenaires et mécènes

- 9 mécènes
- 8 partenaires

Fléchés sur JUMP! : 25 partenaires et mécènes

- 17 mécènes
- 8 partenaires

## ② UN ESPACE DE DIALOGUE ET DE PARTAGE

### LES RENDEZ-VOUS CARTO CLUB

Le principal objectif du Club est de faciliter les rencontres et de renforcer les liens culturels et entrepreneuriaux entre des structures partageant des valeurs communes et un même territoire. À cette fin, le pôle partenariat organise régulièrement des moments d'échange et de rencontre. Les rendez-vous du Carto Club font partie de ces événements privilégiés. Organisés à intervalles réguliers et sur inscription, le pôle partenariat propose, aux membres, divers formats de rencontres pour favoriser les échanges.

En 2024, malgré l'arrêt du festival La Magnifique Society, il a été crucial de maintenir le lien avec nos partenaires privés. Pour ce faire, des événements et des rencontres hors-les-murs ont été proposés ou sont en cours de déploiement. Voici quelques exemples :

- **À La Cartonnerie :**

- **JUMP! Party** : cet événement, avant-première du dispositif estival 2024, a permis de remercier et d'attirer l'attention des partenaires pour participer à cette nouvelle fête. Le dispositif complet était ouvert et l'événement a accueilli plus de 400 convives.

- **Hors les murs :**

- **Live au 4 rue des Crayères -Maison de Champagne Ruinart** : dans le prolongement du mécénat en direction de l'accompagnement artistique, nous organisons des représentations d'artistes accompagnés au sein du nouveau pavillon inauguré en 2024.
- **Afterwork Radisson** : la directrice du nouveau Radisson, inauguré en 2024, est une mécène historique de La Cartonnerie. Pour animer son rooftop et créer des rencontres afterwork axées sur le networking, elle s'appuie sur les équipes de La Cartonnerie et leur vivier de DJ pour lancer un nouveau rendez-vous deux vendredis par mois. Les premiers événements de ce type seront lancés en mai 2025.

Au total, une dizaine de rendez-vous Carto Club ont été proposés à nos partenaires et mécènes.

## LES SOIRÉES PARTENAIRES SUR LES CONCERTS

Un autre moyen d'alimenter les échanges au cours de la saison repose sur l'organisation de soirées partenaires lors des concerts.

En contrepartie de leur soutien et sur la base de leur apport, nous proposons un accueil personnalisé, tout compris, aux convives d'entreprises partenaires – mécènes.

Ce type d'opération rencontre toujours un franc succès auprès des entreprises et de leurs invités qui sont conscients de vivre un moment unique dans un cadre privilégié.

Au total, en 2024, **12 soirées partenaires** ont eu lieu.

## LES ACCUEILS PRIVATIFS

Conformément à une politique bien définie, seuls les partenaires privés et mécènes impliqués dans le projet de la salle peuvent privatiser tout ou partie de La Cartonnerie.

Cette initiative représente une nouvelle opportunité pour le pôle partenariat, notamment grâce au temps libéré par l'arrêt du projet de La Magnifique Society. D'une part, cette activité permet d'attirer de nouvelles entreprises ou de renforcer les relations avec les partenaires existants. D'autre part, elle constitue une source de revenus supplémentaire pour la structure.

Ces événements sont co-organisés avec les partenaires afin de combiner des objectifs professionnels (bilans de fin d'année, vœux d'entreprise, clôtures de séminaires, etc.) avec la promotion de la salle et de son projet, notamment par la diffusion d'artistes locaux dans une ambiance festive.

Au total, en 2024, **7 accueils privés** ont eu lieu.



### ③ UN CLUB D'ENTREPRISES AU SERVICE DU PROJET ET DES MISSIONS DE LA SALLE

Tout au long de l'année, la communication avec les membres du Carto Club se fait principalement par l'envoi régulier de newsletters. Ces dernières visent à informer et à inviter les partenaires à divers événements liés à La Cartonnerie.

Pour compléter ces échanges, Robin Godard, responsable des partenariats et du mécénat, organise des appels réguliers et des rendez-vous physiques avec les représentants des entreprises. Ces interactions permettent non seulement de maintenir le contact, mais aussi d'initier de nouveaux projets en collaboration avec les différents secteurs de La Cartonnerie, notamment l'équipe chargée des actions culturelles et de l'accompagnement artistique.

Ce travail continu renforce les thématiques phares de la salle, telles que l'action culturelle en direction du jeune public et le soutien à l'accompagnement des jeunes artistes.

En résumé, les actions menées par le pôle partenariat auprès du secteur privé permettent de :

- Fédérer et fidéliser les partenaires et mécènes dans un cadre convivial ;
- Partager le projet de La Cartonnerie et présenter les nouveautés en avant-première ;
- Générer des synergies ;
- Impliquer et valoriser les salariés de La Cartonnerie ;
- Faire naître de nouveaux concepts par l'échange ;
- Envisager les entreprises comme de véritables partenaires et ambassadeurs.

# INSCRIPTION DANS UNE DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Depuis plusieurs années, différentes actions sont menées à La Cartonnerie afin d'améliorer l'impact de nos activités. Nous travaillons sur plusieurs thématiques : mobilité, réduction des déchets, énergie et environnement dans le but d'améliorer nos pratiques. Nous développons ces projets en équipe sous la tutelle de notre salarié référent « développement durable ».

## A. À LA CARTONNERIE

### MOBILITÉ :

En 2024, nous avons renouvelé le forfait mobilité durable destiné aux salariés. Ce forfait, à but incitatif, permet un soutien financier pour les salariés venant sur leur lieu de travail en utilisant les moyens de transport durables (vélo avec ou sans assistance, trottinettes, covoiturage, transport en commun, autre service de mobilité partagé).

Sur l'ensemble des salariés permanents, la moitié bénéficie de ce forfait en effectuant plus de la moitié de leurs trajets avec ces moyens de transport.

### DÉMARCHE RSE :

La Cartonnerie s'inscrit dans une démarche plus globale de RSE avec un accompagnement en lien avec l'AFDAS. Il s'agit d'un accompagnement appui conseil individuel et collectif avec plusieurs acteurs de la filière, qui se déroule sur une saison.

- Sur les phases collectives : travailler à la mise en place d'une organisation du travail intégrant un pilotage optimal et planifier des actions en lien avec la RSE, faciliter la mise en œuvre effective des actions souhaitées ;
- Sur les phases individuelles : identifier les ajustements nécessaires au contexte de chaque structure pour rendre ce pilotage opérationnel et en lien avec leurs thématiques propres (mobilité durable, alimentation durable, biodiversité, sobriété dans la consommation des ressources...).

Cet accompagnement et les plans d'actions travaillés à cette occasion, nous permettront :

- D'avoir plus de clés pour fédérer nos parties prenantes (salariés, publics, partenaires privés...) autour de notre démarche RSE ;
- De pouvoir engager concrètement les actions prioritaires pour notre structure et nos projets ;
- De créer une logique territoriale et un groupe de soutien aux démarches engagées.

### ÉNERGIE :

Nous avons réalisé un bilan énergétique pour faire l'inventaire de l'ensemble des flux produits ou consommés par notre structure. Cela a pour but de faire évoluer notre production et nos consommations.

## SENSIBILISATION :

En novembre, dans le cadre de notre rendez-vous hebdomadaire « Mardis du Floor » nous avons organisé, en partenariat avec Le Club de la Presse, Initial Expertise et le Cabaret Vert, une conférence autour du thème “Décarbonation et culture”.

## B. JUMP

Dans le cadre de JUMP!, La Cartonnerie a pu bénéficier de l'accompagnement de « Eco Manifestation Champagne Ardenne ». Ce réseau assure la promotion de la culture écoresponsable dans le cadre général du développement durable auprès des organisateurs de manifestations de tout type. Sa mission consiste à conseiller et à accompagner les structures comme les nôtres dans notre démarche environnementale, sociale et sociétale.

Cet accompagnement s'est déroulé en 3 étapes avec une phase de diagnostic, un bilan et des axes d'améliorations.

- Suivi d'indicateurs,
- Enquête mobilité public,
- Signalétique spécifique.

JUMP! a été labélisé au niveau 2 selon la charte d'engagement du réseau EMERGE.

Bilan du diagnostic :

*“L'engagement fort sur les thématiques déchets et sensibilisation du public au développement durable, et dans une bonne mesure, vos actions sociétales et vos efforts pour diminuer l'impact des déplacements liés à votre événement, vous permet d'atteindre directement le niveau 2. Il reste néanmoins une belle marge de progression sur certains enjeux, comme l'alimentation ou encore les problématiques d'énergie & eau.”*

# BILAN FINANCIER 2024

## A. PRÉSENTATION COMPTABLE AGRÉGÉE DES TROIS BUDGETS DE LA REMCA

Dépenses	2023		2024		Recettes	2023		2024	
<b>60 - Achats de prestations et de marchandises</b>	<b>1 963 425,11 €</b>	<b>34,87%</b>	<b>1 192 930,11 €</b>	<b>30,58%</b>	<b>70 - Ventes de produits et de prestations</b>	<b>2 890 444,91 €</b>	<b>54,87%</b>	<b>1 794 010,35 €</b>	<b>44,36%</b>
- Achats de spectacles	1 533 530,60 €	27,24%	846 716,12 €	21,70%	- Recettes de billetterie et de vente de spect.	1 516 596,17 €	28,79%	1 000 625,96 €	24,74%
- Achats non stockés de matières et fourm.	210 737,37 €	3,74%	153 809,56 €	3,94%	- Recettes de débit de boissons et restauration	570 434,19 €	10,83%	413 099,70 €	10,22%
- Achats de marchandises	219 157,14 €	3,89%	192 404,43 €	4,93%	- Partenariats et mécénats	559 017,72 €	10,61%	151 725,84 €	3,75%
<b>61 - Services extérieurs</b>	<b>881 759,72 €</b>	<b>15,66%</b>	<b>318 640,85 €</b>	<b>8,17%</b>	- Locations de salle et studios	235 649,00 €	4,47%	224 470,96 €	5,55%
- Sous traitance		0,00%	- €	0,00%	- Formations	715,00 €	0,01%		0,00%
- rédevances de crédits bails	13 002,11 €	0,23%	10 532,47 €	0,27%	- Autres (merchandising, vestiaire)	8 032,83 €	0,15%	4 087,89 €	0,10%
- Locations immobilières (loyer entrepôt)	70 016,52 €	1,24%	77 508,81 €	1,99%	<b>74 - Subventions et aides</b>	<b>2 292 689,00 €</b>	<b>43,52%</b>	<b>2 163 030,00 €</b>	<b>53,49%</b>
- Locations (technique, informatique...)	597 815,14 €	10,62%	135 075,14 €	3,46%	- Etat - Ministères et DRAC	175 500,00 €	3,33%	195 333,00 €	4,83%
- Entretien et réparations	124 440,09 €	2,21%	80 004,65 €	2,05%	- Région GRAND EST	116 500,00 €	2,21%	116 500,00 €	2,88%
- Primes d'assurances	51 179,64 €	0,91%	14 264,67 €	0,37%	- Département de la Marne	35 222,00 €	0,67%	36 897,00 €	0,91%
- Autres services extérieurs (dont coprod.)	25 306,22 €	0,45%	1 255,11 €	0,03%	- Ville de Reims	1 895 500,00 €	35,98%	1 755 500,00 €	43,41%
<b>62 - Autres services extérieurs</b>	<b>893 212,64 €</b>	<b>15,86%</b>	<b>683 526,09 €</b>	<b>17,52%</b>	- SACEM	17 000,00 €	0,32%	15 000,00 €	0,37%
- Honoraires	178 241,37 €	3,17%	218 959,41 €	5,61%	- CNV	52 967,00 €	1,01%	43 800,00 €	1,08%
- Communication, Publicité, impressions	151 619,68 €	2,69%	63 359,62 €	1,62%	- Autres aides	- €	0,00%	- €	0,00%
- Transport de biens et de personnel	10 000,00 €	0,18%	3 100,00 €	0,08%					
- Réception, déplacements	245 259,48 €	4,36%	163 555,26 €	4,19%					
- Frais postaux et télécommunications	41 121,59 €	0,73%	19 148,73 €	0,49%					
- Services bancaires et assimilés	35 640,41 €	0,63%	10 981,82 €	0,28%					
- Sécurité, service d'ordre et de garde	144 654,42 €	2,57%	115 042,93 €	2,95%					
- Frais de nettoyage des locaux	42 612,33 €	0,76%	48 034,10 €	1,23%					
- Autres (dont prestations informatiques)	44 063,36 €	0,78%	41 344,22 €	1,06%					
<b>63 - Impôts, taxes</b>	<b>151 053,58 €</b>	<b>2,68%</b>	<b>93 694,17 €</b>	<b>2,40%</b>					
<b>64 - Rémunération du personnel</b>	<b>1 474 146,19 €</b>	<b>26,18%</b>	<b>1 424 383,55 €</b>	<b>36,51%</b>					
- Rémunération brute permanents	730 805,75 €	12,98%	758 880,51 €	19,45%					
- Rémunération brute intermittents	184 714,98 €	3,28%	124 637,59 €	3,19%					
- Rémunération brute vacataires	159 528,64 €	2,83%	145 112,36 €	3,72%					
- Charges patronales	390 849,54 €	6,94%	386 467,85 €	9,91%					
- Autres personnel extérieur	8 247,28 €	0,15%	9 285,24 €	0,24%					
<b>65 - Autres charges de gestion courante</b>	<b>161 495,19 €</b>	<b>2,87%</b>	<b>114 877,08 €</b>	<b>2,94%</b>	<b>75 - Autres produits de gestion courante</b>	<b>892,47 €</b>	<b>0,02%</b>	<b>2,55 €</b>	<b>0,00%</b>
<b>66 - Charges financières</b>	<b>2 570,89 €</b>	<b>0,05%</b>	<b>1 259,74 €</b>	<b>0,03%</b>	<b>76 - Produits financiers</b>	<b>- €</b>	<b>0,00%</b>	<b>- €</b>	<b>0,00%</b>
<b>67 - Charges exceptionnelles</b>	<b>28 960,63 €</b>	<b>0,51%</b>	<b>4 504,52 €</b>	<b>0,12%</b>	<b>77 - Produits exceptionnels</b>	<b>20 584,52 €</b>	<b>0,39%</b>	<b>26 363,62 €</b>	<b>0,65%</b>
<b>68 - Dotations aux amortissements</b>	<b>73 593,28 €</b>	<b>1,31%</b>	<b>67 456,27 €</b>	<b>1,73%</b>	<b>777 - Quote part subv d'inv virée au résultat</b>	<b>63 313,96 €</b>	<b>1,20%</b>	<b>60 311,23 €</b>	<b>1,49%</b>
<b>69 - Impôts sur les bénéfices</b>	<b>- €</b>	<b>0,00%</b>	<b>- €</b>	<b>0,00%</b>	<b>78 - Reprise sur provisions</b>	<b>- €</b>	<b>0,00%</b>	<b>271,20 €</b>	<b>0,01%</b>
	<b>5 630 217,23 €</b>		<b>3 901 272,38 €</b>			<b>5 267 924,86 €</b>		<b>4 043 988,95 €</b>	

	RESULTAT COMPTABLE	- 362 292,37 €	142 716,57 €
	REPORT A NOUVEAU AU 01/01	425 996,32 €	63 703,95 €
	REPORT A NOUVEAU AU 31/12	63 703,95 €	206 420,52 €

## B. PRÉSENTATION DU COMPTE ADMINISTRATIF 2024 - BUDGET PRINCIPAL

### Budget principal

Fonctionnement				
	Réalisé 2024		Réalisé 2023	
<b>Total recettes</b>	<b>3 628 835,41 €</b>		<b>4 667 659,13 €</b>	
<b>Recettes propres</b>	<b>1 465 805,41 €</b>	<b>40,39%</b>	<b>2 374 970,13 €</b>	<b>50,88%</b>
Attenuation de charges (chap 13)	12 104,20 €	0,33%	23 473,63 €	0,50%
Produits des services (chap 70)	1 367 840,48 €	37,69%	2 272 843,52 €	48,69%
Autres produits de gestion courante (chap 75)	2,55 €	0,00%	2,47 €	0,00%
Recettes exceptionnelles (chap 77)	25 949,12 €	0,72%	20 118,77 €	0,43%
Reprise sur amortissement et provisions (chap 78)		0,00%	- €	0,00%
Opérations d'Ordre (chap 42)	59 909,06 €	1,65%	58 531,74 €	1,25%
<b>Subventions (chap 74)</b>	<b>2 163 030,00 €</b>	<b>59,61%</b>	<b>2 292 689,00 €</b>	<b>49,12%</b>
<i>Dont subventions de fonctionnement</i>	<i>1 675 000,00 €</i>	<i>46,16%</i>	<i>1 655 000,00 €</i>	<i>35,46%</i>
<i>Dont subventions sur projet</i>	<i>429 230,00 €</i>	<i>11,83%</i>	<i>567 722,00 €</i>	<i>12,16%</i>
<i>Dont sub. Emploi, établissements publics et sociétés civiles</i>	<i>58 800,00 €</i>	<i>1,62%</i>	<i>69 967,00 €</i>	<i>1,50%</i>
<b>Total Dépenses</b>	<b>3 547 320,23 €</b>		<b>5 151 149,26 €</b>	
Charges à caractère général (chap 11)	2 054 176,22 €	57,91%	3 520 319,32 €	68,34%
Charges de personnel (chap 12)	1 318 348,03 €	37,16%	1 376 350,45 €	26,72%
Autres charges de gestion courantes (chap 65)	101 977,62 €	2,87%	153 150,23 €	2,97%
Charges financières (chap 66)	1 259,74 €	0,04%	2 570,89 €	0,05%
Charges exceptionnelles (chap 67)	4 504,52 €	0,13%	26 321,85 €	0,51%
Dotations aux amortissements et provisions (chap 68)		0,00%	- €	0,00%
Impôts sur le bénéfice (chap 69)		0,00%	- €	0,00%
Attenuation de produits (chap 14)		0,00%		0,00%
Opérations d'Ordre (chap 42)	67 054,10 €	1,89%	72 436,52 €	1,41%
<b>Résultat d'exploitation 2024</b>	<b>81 515,18 €</b>		-	<b>483 490,13 €</b>
<b>Report à nouveau de 2023</b>	-	<b>588 468,39 €</b>	-	<b>104 978,26 €</b>
<b>Report à nouveau sur 2025</b>	-	<b>506 953,21 €</b>	-	<b>588 468,39 €</b>

Investissement				
	Réalisé 2024		Réalisé 2023	
<b>Total recettes</b>	<b>140 264,60 €</b>		<b>134 996,52 €</b>	
Opérations d'Ordre (chap 40)	67 054,10 €	47,81%	72 436,52 €	53,66%
Immobilisations incorporelles (chap 20)		0,00%		0,00%
Immobilisations corporelles (chap 21)	0,50 €	0,00%		0,00%
Subventions (chap 13)	73 210,00 €	52,19%	62 560,00 €	46,34%
<b>Total Dépenses</b>	<b>126 194,25 €</b>		<b>130 784,42 €</b>	
Immobilisations incorporelles (chap 20)		0,00%		0,00%
Immobilisations corporelles (chap 21)	65 437,72 €	51,85%	71 325,65 €	54,54%
Autres immobilisations financières (chap 27)	847,47 €	0,67%	927,03 €	0,71%
Subventions (chap 13)		0,00%		0,00%
Opérations d'Ordre (chap 40)	59 909,06 €	47,47%	58 531,74 €	44,75%
<b>Résultat d'exécution 2024</b>	<b>14 070,35 €</b>		<b>4 212,10 €</b>	
<b>Report à nouveau de 2023</b>	<b>88 446,56 €</b>		<b>84 234,46 €</b>	
<b>Report à nouveau sur 2025</b>	<b>102 516,91 €</b>		<b>88 446,56 €</b>	

## C. PRÉSENTATION DU COMPTE ADMINISTRATIF 2024 BUDGET ANNEXE DEBIT DE BOISSONS

### Budget annexe Débit de Boissons

Fonctionnement				
	Réalisé 2024		Réalisé 2023	
<b>Total recettes</b>	<b>453 764,94 €</b>		<b>642 222,38 €</b>	
<b>Recettes propres</b>	<b>453 764,94 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>642 222,38 €</b>	<b>100,00%</b>
Attenuation de charges (chap 13)	26 507,20 €	5,84%	19 198,02 €	2,99%
Produits des services (chap 70)	426 169,87 €	93,92%	616 886,39 €	96,05%
Autres produits de gestion courante (chap 75)	- €	0,00%	890,00 €	0,14%
Recettes exceptionnelles (chap 77)	414,50 €	0,09%	465,75 €	0,07%
Reprise sur amortissement et provisions (chap 78)	271,20 €	0,06%	- €	0,00%
Opérations d'Ordre (chap 42)	402,17 €	0,09%	4 782,22 €	0,74%
<b>Subventions (chap 74)</b>	<b>- €</b>	<b>0,00%</b>	<b>- €</b>	<b>0,00%</b>
<i>Dont subventions de fonctionnement</i>	- €	0,00%	- €	0,00%
<i>Dont subventions sur projet</i>	- €	0,00%	- €	0,00%
<i>Dont établissements publics et sociétés civiles</i>	- €	0,00%	- €	0,00%
<b>Total Dépenses</b>	<b>392 561,86 €</b>		<b>520 645,90 €</b>	
Charges à caractère général (chap 11)	234 648,16 €	59,77%	339 666,02 €	65,24%
Charges de personnel (chap 12)	144 612,07 €	36,84%	168 839,38 €	32,43%
Autres charges de gestion courantes (chap 65)	12 899,46 €	3,29%	8 344,96 €	1,60%
Charges financières (chap 66)	- €	0,00%	- €	0,00%
Charges exceptionnelles (chap 67)	- €	0,00%	2 638,78 €	0,51%
Dotations aux amortissements et provisions (chap 68)	- €	0,00%	16,96 €	0,00%
Impôts sur le bénéfice (chap 69)	- €	0,00%	- €	0,00%
Attenuation de produits (chap 14)	- €	0,00%	- €	0,00%
Opérations d'Ordre (chap 42)	402,17 €	0,10%	1 139,80 €	0,22%
<b>Résultat d'exploitation 2024</b>	<b>61 203,08 €</b>		<b>121 576,48 €</b>	
<b>Report à nouveau de 2023</b>	<b>736 799,98 €</b>		<b>615 223,50 €</b>	
<b>Report à nouveau sur 2025</b>	<b>798 003,06 €</b>		<b>736 799,98 €</b>	

Investissement				
	Réalisé 2024		Réalisé 2023	
<b>Total recettes</b>	<b>402,17 €</b>		<b>1 139,80 €</b>	
Opérations d'Ordre (chap 40)	402,17 €	100,00%	1 139,80 €	100,00%
Immobilisations incorporelles (chap 20)		0,00%		0,00%
Immobilisations corporelles (chap 21)		0,00%		0,00%
Subventions (chap 13)		0,00%		0,00%
<b>Total Dépenses</b>	<b>402,17 €</b>		<b>4 782,22 €</b>	
Immobilisations incorporelles (chap 20)		0,00%		0,00%
Immobilisations corporelles (chap 21)		0,00%		0,00%
Autres immobilisations financières (chap 27)		0,00%		0,00%
Subventions (chap 13)		0,00%		0,00%
Opérations d'Ordre (chap 40)	402,17 €	8,41%	4 782,22 €	100,00%
<b>Résultat d'exécution 2024</b>	<b>- €</b>	<b>-</b>	<b>3 642,42 €</b>	
<b>Report à nouveau de 2023</b>	<b>- €</b>	<b>-</b>	<b>3 642,42 €</b>	
<b>Report à nouveau sur 2025</b>	<b>- €</b>	<b>-</b>	<b>- €</b>	

## D. PRÉSENTATION DU COMPTE ADMINISTRATIF 2024 BUDGET ANNEXE CENTRE DE FORMATION

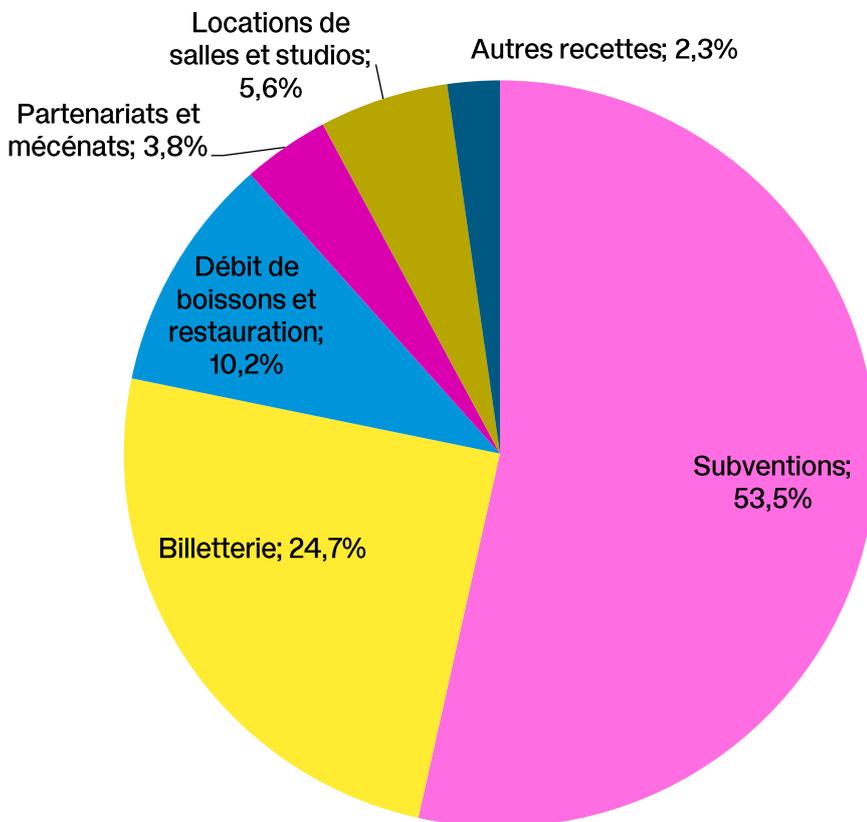
### Budget annexe Centre de Formation

Fonctionnement				
	Réalisé 2024		Réalisé 2023	
<b>Total recettes</b>		<b>- €</b>		<b>715,00 €</b>
<b>Recettes propres</b>		<b>0,00%</b>		<b>100,00%</b>
Attenuation de charges (chap 13)	- €	0,00%	715,00 €	100,00%
Produits des services (chap 70)		0,00%	715,00 €	100,00%
Autres produits de gestion courante (chap 75)		0,00%		0,00%
Recettes exceptionnelles (chap 77)		0,00%		0,00%
Reprise sur amortissement et provisions (chap 78)		0,00%		0,00%
Opérations d'Ordre (chap 42)		0,00%		0,00%
<b>Subventions (chap 74)</b>	- €	<b>0,00%</b>	- €	<b>0,00%</b>
<i>Dont subventions de fonctionnement</i>		0,00%		0,00%
<i>Dont subventions sur projet</i>		0,00%		0,00%
<i>Dont établissements publics et sociétés civiles</i>		0,00%		0,00%
<b>Total Dépenses</b>		<b>1,69 €</b>		<b>1 093,72 €</b>
Charges à caractère général (chap 11)		0,00%	510,00 €	46,63%
Charges de personnel (chap 12)	1,69 €	100,00%	583,72 €	53,37%
Autres charges de gestion courantes (chap 65)		0,00%		0,00%
Charges financières (chap 66)		0,00%		0,00%
Charges exceptionnelles (chap 67)		0,00%		0,00%
Dotations aux amortissements et provisions (chap 68)		0,00%		0,00%
Impôts sur le bénéfice (chap 69)		0,00%		0,00%
Attenuation de produits (chap 14)		0,00%		0,00%
Opérations d'Ordre (chap 42)		0,00%		0,00%
<b>Résultat d'exploitation 2024</b>	-	<b>1,69 €</b>	-	<b>378,72 €</b>
<b>Report à nouveau de 2023</b>	-	<b>84 627,64 €</b>	-	<b>84 248,92 €</b>
<b>Report à nouveau sur 2025</b>	-	<b>84 629,33 €</b>	-	<b>84 627,64 €</b>

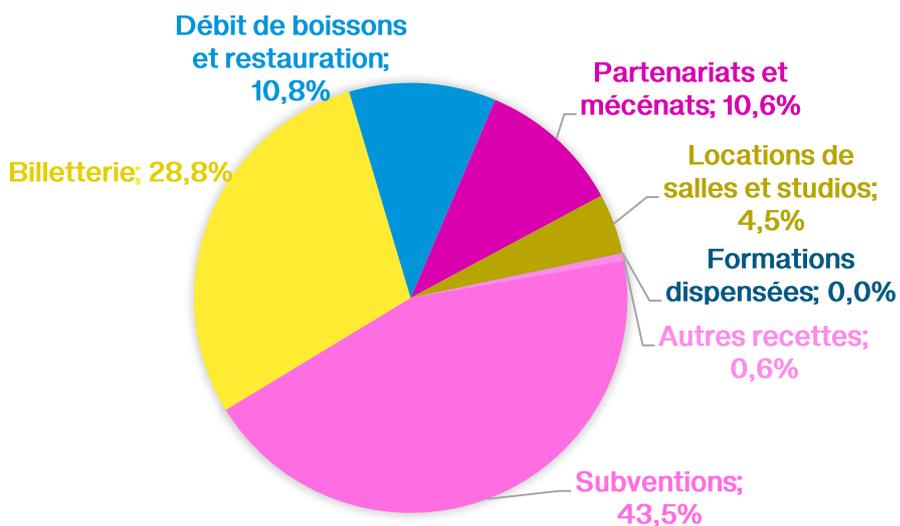
Investissement				
	Réalisé 2024		Réalisé 2023	
<b>Total recettes</b>		<b>- €</b>		<b>- €</b>
Opérations d'Ordre (chap 40)		0,00%		0,00%
Immobilisations incorporelles (chap 20)				
Immobilisations corporelles (chap 21)				
Subventions (chap 13)		0,00%		0,00%
<b>Total Dépenses</b>		<b>- €</b>		<b>- €</b>
Immobilisations incorporelles (chap 20)		0,00%		0,00%
Immobilisations corporelles (chap 21)		0,00%		0,00%
Autres immobilisations financières (chap 27)				
Subventions (chap 13)				
Opérations d'Ordre (chap 40)		0,00%		0,00%
<b>Résultat d'exécution 2024</b>	-	<b>- €</b>	-	<b>- €</b>
<b>Report à nouveau de 2023</b>		<b>976,97 €</b>		<b>976,97 €</b>
<b>Report à nouveau sur 2025</b>		<b>976,97 €</b>		<b>976,97 €</b>

## E. REPARTITION BUDGETAIRE PAR SECTEUR D'ACTIVITE

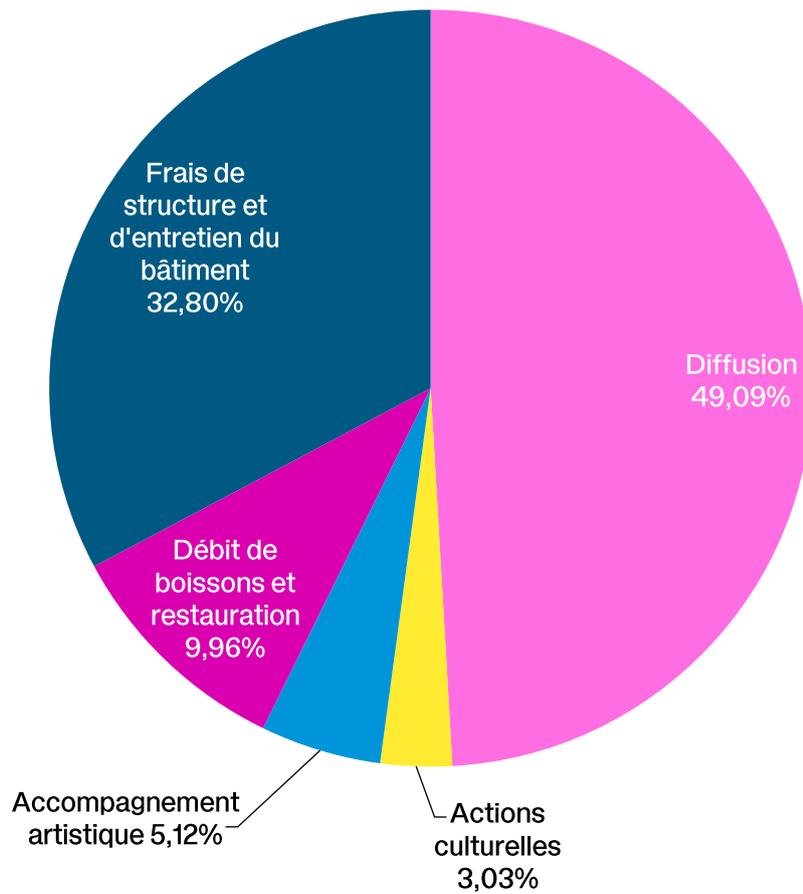
### RECETTES 2024



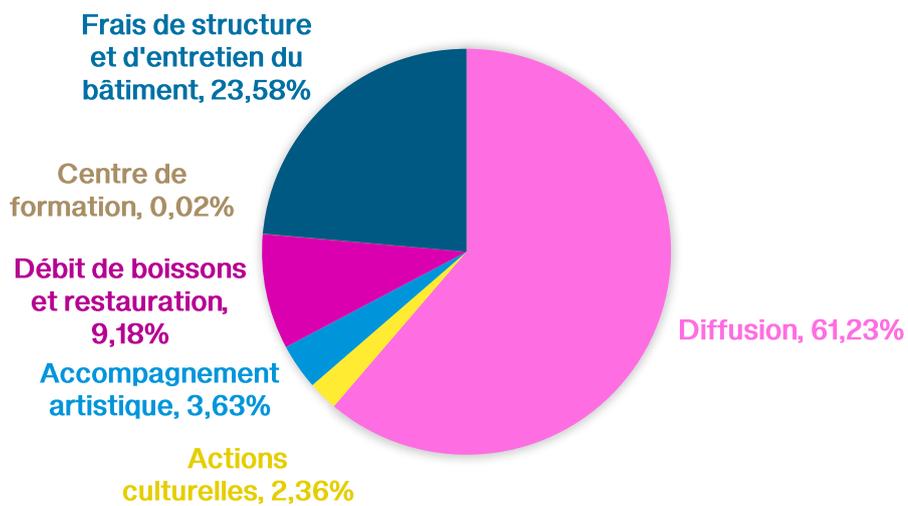
### POUR MEMOIRE - RECETTES 2023



## DÉPENSES 2024



## POUR MEMOIRE - DÉPENSES 2023



L'exercice 2024 marque un tournant dans l'équilibre budgétaire de la REMCA, suite à l'arrêt du festival La Magnifique Society.

Le budget retrouve le schéma classique d'une salle de concert avec les proportions suivantes :

- 57,24 % du budget consacré au projet artistique et culturel, dont :
  - 49,09 % au titre de la diffusion soit environ 1 933 770 €
  - 3,03 % au titre de l'accompagnement soit environ 201 730 €
  - 5,12 % au titre de l'action culturelle soit environ 119 440 €
- 9,96 % pour le bar et la restauration soit environ 392 560 €
- 32,80 % pour les frais de structure et l'entretien du bâtiment soit environ 1 292 380 €

Le budget global 2024 s'élève à 3,9 millions d'euros.

Cet exercice comptable 2024 est à l'image de l'activité, recentré sur le projet de salle et des secteurs d'accompagnement artistique et d'actions culturelles, ce qui nous permet de retrouver un équilibre financier.

Pour rappel, en 2023 :

- 67,22 % du budget a été consacré au projet artistique et culturel, dont :
  - 61,23 % au titre de la diffusion soit environ 3 473 480 €
  - 3,63 % au titre de l'accompagnement soit environ 206 105 €
  - 2,36 % au titre de l'action culturelle soit environ 133 850 €
- 9,18 % pour le bar et la restauration soit environ 520 645 €
- 0,02 % pour le centre de formation soit environ 1 100 €
- 23,58 % pour les frais de structure et l'entretien du bâtiment soit environ 1 337 720 €

Le budget global 2023 s'élevait à 5,6 millions d'euros.