

Bilan moral 2025

01. Edito	p.3
02. Les chiffres clés	p.5
03. Notre projet en action	p.7
04. Nos publics et notre communication	p.28
05. Ancrage territorial et rayonnement	p.46
06. Vie d'équipe, gouvernance et engagements sociétaux	p.57
07. Bilan financier	p.72
08. Perspectives et défis à venir	p.78
09. Remerciements	p.81

Sommaire

L'année 2025 s'inscrit dans un contexte à la fois exigeant et stimulant pour le secteur des musiques actuelles.

Les transformations des pratiques culturelles, l'évolution des modèles économiques, la tension sur les financements publics et l'augmentation généralisée des coûts de production et d'exploitation interrogent profondément l'équilibre des lieux de diffusion.

Dans ce paysage en mutation, les Scènes de Musiques Actuelles (SMAC) jouent plus que jamais un rôle structurant : accompagner la création, garantir la diversité artistique, maintenir l'accessibilité culturelle et renforcer le lien aux territoires.

À Reims, La Cartonnerie assume pleinement cette responsabilité. Lieu de référence à l'échelle régionale et reconnu au niveau national, elle poursuit son engagement au service des musiques et cultures actuelles, des artistes, des habitants et du territoire.

Notre mission d'utilité publique repose sur un équilibre exigeant : diffuser une programmation ambitieuse et éclectique, accompagner les parcours artistiques, agir avec et pour les publics, et contribuer activement à la vitalité culturelle locale.

En 2025, nous célébrons un moment important : les 20 ans de La Cartonnerie ! Depuis son ouverture en 2005, notre SMAC a su incarner un lieu vibrant de créativité, de musiques, de rencontres artistiques et de transmissions.

Vingt ans de passion, de créativité et de musique partagée.

Vingt ans de contribution indéfectible à la scène musicale et culturelle de Reims.

La Cartonnerie est devenue un lieu emblématique, reconnu nationalement, vibrant au rythme des concerts, des rencontres artistiques, des initiatives culturelles et événementielles qui ont façonné son identité.

Cette année a donc marqué non seulement un anniversaire, mais également un jalon dans notre engagement à façonner l'avenir culturel de Reims et du Grand Reims.

Pendant deux décennies, La Cartonnerie a été le théâtre de moments mémorables, rassemblant plusieurs générations autour de la musique et du spectacle vivant.

Aujourd'hui, nous regardons fièrement le chemin parcouru tout en nous tournant résolument vers l'avenir. Nous avons à cœur de préserver cet héritage tout en embrassant l'innovation, le renouvellement des formats, l'hybridation des disciplines et l'évolution des usages culturels.

Notre ambition demeure intacte : faire de La Cartonnerie un lieu accessible, engagé, hospitalier et créatif, au service de l'intérêt général et du dynamisme culturel de notre territoire.

Plus que jamais, nous affirmons notre rôle de service public culturel, convaincus que **la musique est un vecteur essentiel de lien social, d'émancipation et de vitalité collective.**

Lucas Vionnet

Directeur général et artistique

02. Chiffres clés

+ 50 000

spectateurs (50 537)

1 312

adhérents

7

Carto Kidz

30

bénévoles mobilisés
(via Culture MecaniC)

136

représentations
dont
31 Mardi du Floor

8 500

personnes touchées
dans les cadres des
actions culturelles

72%

de taux de remplissage

20 projets d'actions
culturelles engagés

205 jours exploités à La Cartonnerie

88

journées
de résidence

26 groupes

accompagnés au sein
de nos dispositifs

34

équipes artistiques accueillies
en résidences dont
24 groupes locaux

13 042

d'heures de répétition
effectuées au sein des
studios

1 759

personnes
salariées
dont 31
permanents
pour 60 579
heures de
travail
rémunéré

3 782

réservations au sein
des studios

231

équipes artistiques / groupes /
intervenants diffusés et soutenus

620 K

interactions sur le
site internet

50 %

d'autofinancement

7

réseaux professionnels actifs
et structurants auxquels
La Cartonnerie adhère

3 671 690€

de budget
annuel

50

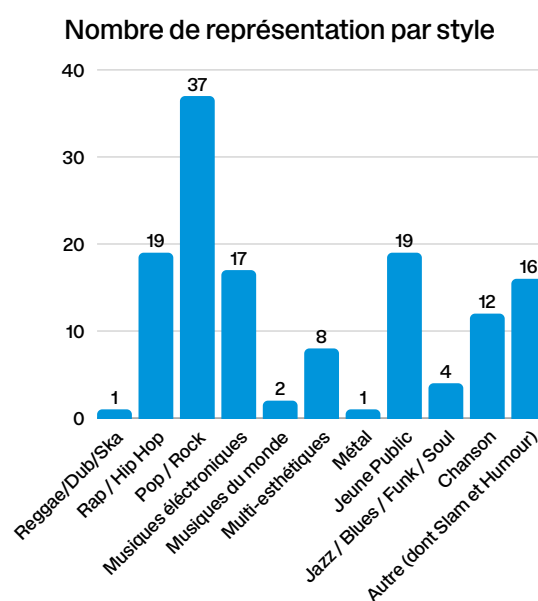
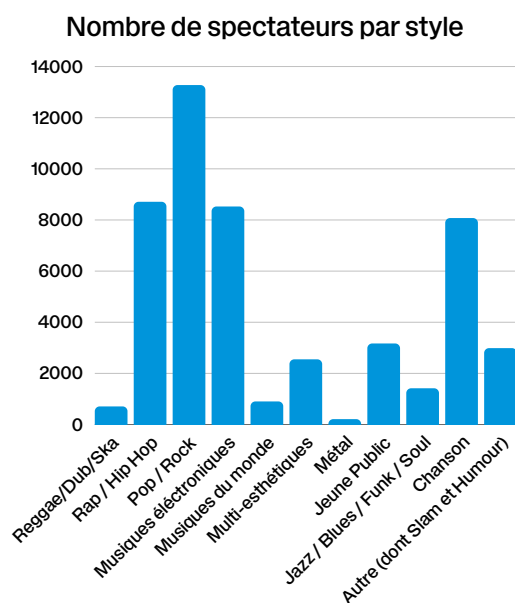
membres du Carto Club
(partenaires et mécènes)

03. Notre projet en action

1. Diffuser : défendre toutes les esthétiques, rassembler tous les publics
2. Accompagner les artistes et les pratiques
 - a. Les studios
 - b. Résidences et filages
 - c. Les dispositifs d'accompagnement
 - d. Notre politique d'accompagnement
3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques
 - a. Les chiffres clés
 - b. Le projet
 - c. Les appels à projet
 - d. Hors les murs
 - e. Partenariats territoriaux
 - f. Focus sur l'Hyperforum
 - g. Programmation jeune public
 - h. Un lieu ouvert et citoyen

1. Diffuser : défendre toutes les esthétiques, rassembler tous les publics

La Cartonnerie porte une ambition claire : défendre la diversité des musiques actuelles dans toutes leurs formes, leurs esthétiques et leurs dynamiques. Rock, pop, rap, électro, chanson, musiques électroniques ou extrêmes... Notre programmation est plurielle, riche et doit pouvoir s'exprimer dans un même lieu.



Grâce à la complémentarité de ses espaces – Grande Salle, Club et Floor – La Cartonnerie construit un équilibre fin entre notoriété et découverte, exigence artistique et accessibilité, culture populaire et propositions plus pointues.

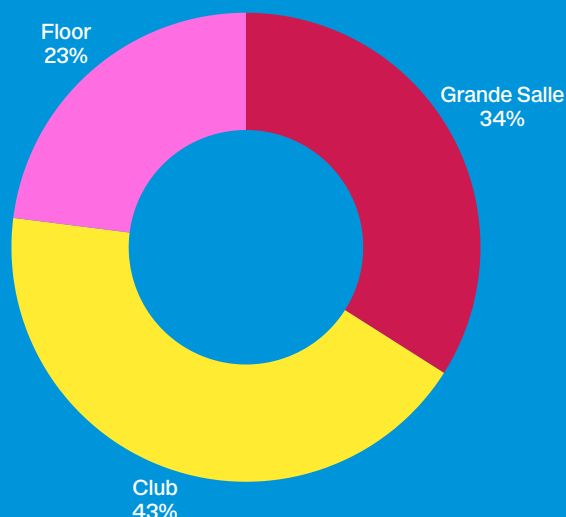
En 2025, cet équilibre est déterminé concrètement par :

Des têtes d'affiches en Grande salle (jauge 1200), capable de fédérer largement et de faire vibrer plusieurs générations autour d'artistes reconnus à l'échelle national et internationale

Des artistes émergents au Club et au Floor, accompagnant les dynamiques actuelles et les nouvelles scènes

Des découvertes locales et régionales, proposées notamment en premières parties ou lors des rendez-vous hebdomadaires et gratuits à travers notre programme 'Mardi du Floor'

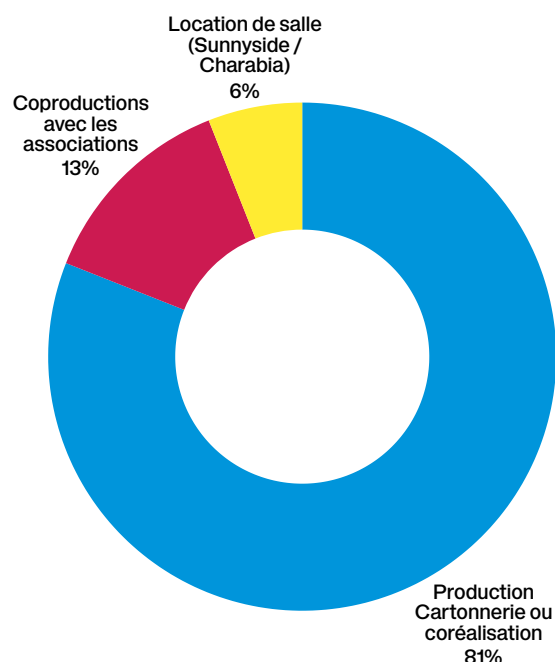
Répartition des concerts par salle



L'année 2025, marquée par les **20 ans de La Cartonnerie**, a donné une résonance particulière à cette mission de diffusion. Depuis 2005, le lieu a vu défiler plusieurs générations d'artistes et de publics, et contribue à cultiver le paysage musical rémois et régional. Cet anniversaire a permis de rappeler la constance de l'engagement d'un projet tel que celui de La Cartonnerie. Nous défendons la diversité artistique, offrons une scène aux talents émergents, accueillons des artistes confirmés, et soutenons la création locale...

Avec 136 concerts programmés en 2025, 205 ouvertures au public et plus de 36 000 spectateurs payants (auxquels s'ajoutent près de 12 000 exonérations et gratuités), l'année confirme la vitalité du lieu et la pertinence d'une programmation ouverte et exigeante. La Cartonnerie reste un espace où cohabitent découverte, émergence et artistes de référence, dans une logique de renouvellement permanent.

Répartition par type de production



Vingt ans après son ouverture, La Cartonnerie continue d'affirmer sa place en tant que scène de référence, à la fois ancrée dans son territoire et connectée aux dynamiques nationales.

A.DESCHENES // ABSSIS // ACID VIETNAM // AD LIBITUM // ADÉ // AIME SIMONE
AIROD // AKIRA // ALEX MONTEBAULT // ALICE ON THE ROOF // ALYAH // AMAR.E
ANGINE // APHEX QUEEN // ARTLIKE // ASTEREOTYPIE // ATELIER SLAM
ATØM THE STORM // AXONE // AZVD // BABYLON PRESSION // BAMBARA
BAMBI // BARBARA PRAVI // BASILE PALACE // BASTA BASTA // BEKAR
BENJAMIN EPPS // BICHE // BIG FUEGO // BILLIE // BLACK BONES // BNG // BOMEL
BOSSCHICK AYLEE // BOUBOUNITE // BRISEBARD // BRYAN'S MAGIC TEARS
BTOX // BUSTA FLEX // BYOND. // CDSM // CHARLIE WINSTON
CHASSEUR CUEILLEUR // CHIINO // CHILAM BALAM // CHLOE // CHOUBI2BE
CLARA LUCIANI // CLT DRP // COELHO // COILGUNS // COLLECTIF HEXA
COLLECTIF SOUNDZ // COSTINO // CRIMSON EFFECT // DAKEEZ // DELTA NARA
DELUXE // DELVON LAMARR ORGAN TRIO // DIEUF DIEUL DE THIES // DINA
DOG RACE // EAT-GIRLS // ELECTRO DELUXE // ELLAH A.THAUN // ELOI
EROTIC SECRETS OF POMPEI // ETIENNE DE CRECY // ETTHAN // FAÏKA
FAST AND TECHNOUS // FATNOTRONIC // FETES L'AMOUR // FEU TOUTE
FEU! CHATTERTON // FLORE // FLUORESUN // FONDATION HARMONIE
FOURNAISE // FREM // FUEGO // GOLDIE B // GREENWOOL // GRINGE
GRO FLAM // GROUNDATION // HATIK // HAZZ // HEIMAT // HELENA // INWARD
IVERSOUND // J9UEVE // JAPHAR // JEAN // JEREMY FREROT // JESSICA WINTER
JJH POTTER // JOHNNY JANGLE // JON SPENCER // JUNE // KAKY // KAPRO
KEBLACK // KNIVES // KOMPROMAT // KOZY856 & OTEGA // LAAZY // LADYBIRD
LAMBRINI GIRLS // LANDROSE // LAST PLACE BEYOND THE SUN // LE GRAM
LE MONDE DAHO // LEBIRD // LES INSEPARABLES PIOUS-PIOUS // LEWIS KENNEDY
LILA EHJA // LILY BONNEL // LKZ // LL KALIO // LLOYD COLE // LM // LOCOMUERTE
LONLAX // LOUIS XIV // LOUNA // LUCKY LOVE // LYN PEGA // M.O.S // MADBEN
MAKA DZIL // MAQUINA // MARCEL // MARGAUX CLAUDEL // MELISSENDE
MENADES // MEOTEW // MGLS // MIKELYNE // MILLEANS // NARF // NATHAN ZAHEF
NAVYBLU // NEISSY // NEWS FROM NOWHERE // NICK WATERHOUSE // NIGM
NISSI // OFE // OLYMPE 4000 // OTISOW // OUIE-FI // PAB THE KID
PETER HOOK & THE LIGHT // PIERRE LAPOINTE // PIERRE-EMMANUEL BARRE
POGO CAR CRASH CONTROL // POLTERGEIST // PONTEIX // PRIA // PROJECTOR
RAKIA // RAWB // RED ROCKET // RMS CREW // ROZO // SAM SAUVAGE // SAN-NOM
SATINE // SCRED CONNEXION // SERVO // SHAME // SHERRIFLAZONE // SIDNEY
SINCLAIR // SLICE & THE POCKET CONNECTION // SOLANN // SOMMEIL DE BRUTE
SORAI // SPLIT // STRUCTURES // STYLETO // SUZANE // SYNAPSON // TALLOU
TAMBOUR TAMBOUR // TATIE DEE // TEA EATER // TENDINITE // TERRENOIRE
THANH-SU // THE ALTONS & THEE SINSEERS // THE AVENER // THE CYNDIES
THE INSPECTOR CLUZO // THE LIMINANAS // THE MESSENGER BIRDS
THE YOUNG // THEE DIANE // TIMEA // TOMBOUCTOU // TORU // TOURETTE
TOYADE // TUNE ZITOUNE // UGLY KID JOE // UNIVERSATINE // URUMI // VENUM
VLADIMIR CAUCHEMAR // VONDERHEYDEN // WARMDUSHER // WE GOT A PLAN
WEEKEND AFFAIR // WOLFGANG VALBRUN // Y. BASHING // YAMÊ // YASUKE AG
YOA // YODELICE // YOUNGZ // YOUSSEUPHA // YUKSEK // YURI BUENAVENTURA
ZACKIE LE 6 // ZAK 47 // ZIAK // ZOECO

2. Accompagner les artistes et les pratiques

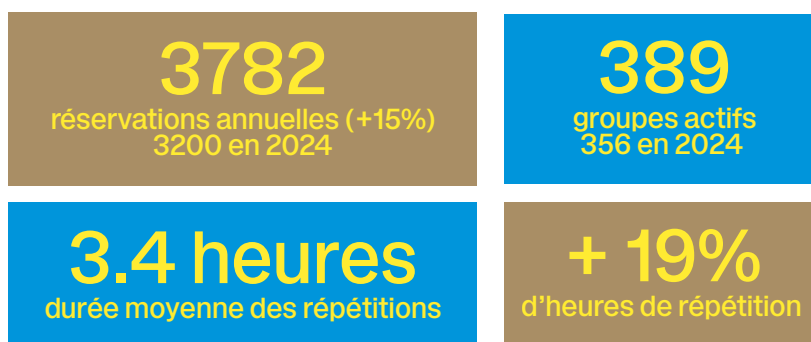
Les Studios



Les Studios ont deux vocations essentielles :

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

**hors évènements exceptionnels et périodes de congés*



Des chiffres qui confirment que ce service répond de mieux en mieux aux attentes et besoins des pratiquant.e.s.

Le rôle du régisseur :

Un régisseur est 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.

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.

2. Accompagner les artistes et les pratiques

Résidences et filages

Résidences de groupes nationaux

33

jours de résidences
(30 en 2024)

10

artistes/groupes accueillis

5

esthétiques différentes

Résidences de groupes locaux

76

jours de résidences et filage
(65 en 2024)

33

artistes/groupes/projets
accueillis

6

esthétiques différentes

- Des champardennais, majoritairement rémois
- Des sessions de plus en plus courtes, en raison d'un travail d'un travail préalable systématique en studio
- Réparties principalement dans les deux salles de la Cartonnerie : Club et Grande Salle mais également au Floor

Meotew - artistes accompagnés 2025



2. Accompagner les artistes et les pratiques

Les dispositifs d'accompagnement

La Cartonnerie propose un accompagnement qui s'adapte graduellement au niveau de développement des groupes via quatre dispositifs formant un parcours de progression logique.

RÉPÉTITION

Soutien à la consolidation des projets

Destinataires : groupes de tous niveaux n'ayant pas de local 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. Le soutien est apporté via les moyens matériels et humains de la Cartonnerie.

Lauréats 2025

Sink (pop rock) / Sabertooth (metal) / Kalaveras (rock) / Marble (pop-rock) / Kaesarian (rock) / We Got a Plan (rock) / Sunless Paradox (rock) / Karma (rock) / Flash Daddy (rock garage) / H.E.B. (electro) / Negative Ritual (dark wave) / Collapsing (death metal) / Bruit Fantôme (electro) / Aldabra Rail (rock) / Aïunera (pop) / soit 15 projets

CARTOBLASTER

Soutien à la structuration de la scène rap locale

Destinataires : groupes et artistes raps amateurs ayant l'ambition et le potentiel pour structurer leurs activités artistiques et leur développement. Les problématiques étant communes, les actions d'accompagnement sont majoritairement collectives. L'objectif global étant de réhausser le niveau général de la scène locale et de favoriser les interactions entre les acteurs de la scène rap.

Lauréats 2025

B-Tox et NavyBlu

2. Accompagner les artistes et les pratiques

Les dispositifs d'accompagnement

CARTO CRU

Soutien à la l'émergence

Destinataires : groupes et artistes de niveau de développement variables, dont le projet est encore en maturation et ayant l'ambition, la disponibilité et le potentiel pour professionnaliser leurs démarches.

Un budget est spécifiquement alloué pour la réalisation des actions qui constituent la stratégie de développement des projets.

Lauréats 2025



Angine (pop)



Atom the Storm (rap)



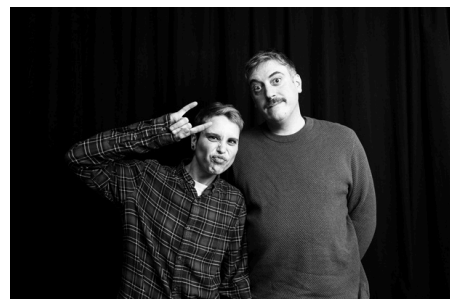
Inward (métal)



Margaux Claudel (pop)



Meotew (electro)



News From Nowhere (punk)



Parsa Sabet (pop rock)



Thomas Schmahl (pop)

2. Accompagner les artistes et les pratiques

Les dispositifs d'accompagnement

GRAND CARTO CRU

Soutien au lancement de carrière et appui au développement national

Destinataires : projets aboutis artistiquement, qui s'exportent hors région et dont l'entourage professionnel est en cours de constitution. Le lien avec ce dernier est un axe important du soutien apporté. Le budget d'accompagnement se focalise sur le travail du live et la participation à des actions clefs.

Lauréats 2025



MAO Cormontreuil (electro-pop)

2. Accompagner les artistes et les pratiques

Les dispositifs d'accompagnement

Focus sur le parcours de Navyblu et Atom The Storm

Navyblu, accompagné dans le cadre du Carto Blaster et Atom the Storm dans le cadre du Carto Cru, ont tous deux été respectivement lauréat du Buzz Booster et des Inouïs du Printemps de Bourges.

Leur année d'accompagnement a donc été rythmée par la préparation et la valorisation de ces opportunités cruciales dans la vie d'un artiste en développement :

- réunions de travail sur la stratégie globale vis à vis de cette actualité : communication en amont et en aval, ciblage des professionnels à toucher en ligne et sur place, sollicitation de collaboration pour aider au développement du projet,
- sessions de travail en studio pour affiner le répertoire en vue des échéances,
- résidences techniques et scéniques pour professionnaliser leur spectacle et leur performance en fonction des attendus spécifiques et du contexte proposés par le Buzz Booster et les Inouïs.



Navyblu et Kijah lors de la finale régionale Grand Est Buzz Booster à La Cartonnerie.



AtomThe Storm lors des auditions des Inouïs du Printemps de Bourges à La Cartonnerie.

2. Accompagner les artistes et les pratiques

Notre politique d'accompagnement

Outils	Actions et moyens	Publics cible
RDV conseil personnalisé	-Information/orientation -Diagnostic global ou ciblé sur un pan du projet - Structuration administrative - Ciblage et démarchage	Tous types de porteurs de projets locaux et régionaux inscrits dans les musiques actuelles
Studios de répétition	-Information/orientation -Premier regard extérieur -Prévention des risques auditifs -Conseil technique -Répétition accompagnée sur demande	Tous types de pratiquants – amateur à professionnel - et toutes esthétiques
Atelier & RDV des Studios	Initiation et perfectionnement à : -la connaissance du milieu professionnel -l'auto-développement de projet -l'auto-production artistique et technique	Pratiquants et porteurs de projets amateurs et pré-professionnels
Filages et premières parties	Première approche professionnelle du travail du live et de l'organisation d'une date : - le son et l'interprétation - les impératifs techniques - les contenus à fournir, les délais à respecter, les interlocuteurs à connaître	Artistes locaux et régionaux ayant déjà monté et éprouvé leur live par eux-mêmes
Dispositifs d'accompagnement gradués conçus par la Cartonnerie	<i>Répétition</i>	Artistes champardennais ayant la volonté d'être soutenus pour améliorer leur pratique
	<i>Carto Blaster</i>	
	<i>Carto Cru</i>	
	<i>Grand Carto Cru</i>	
Dispositifs régionaux et nationaux portés par la Cartonnerie	<i>Explore</i>	Artistes champardennais et du Grand Est ayant le potentiel et la volonté de se développer hors région
	<i>Buzz Booster</i>	
	<i>Inouïs du Printemps de Bourges</i>	

3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Les chiffres clés

8 500

personnes sensibilisées aux musiques actuelles dont :

3 000

personnes ayant participé à des projets d'action culturelle

5 500

personnes ayant assisté à un concert jeune public

20

projets d'action
culturelle menés sur 9
communes de
Champagne Ardennes
dont :

10

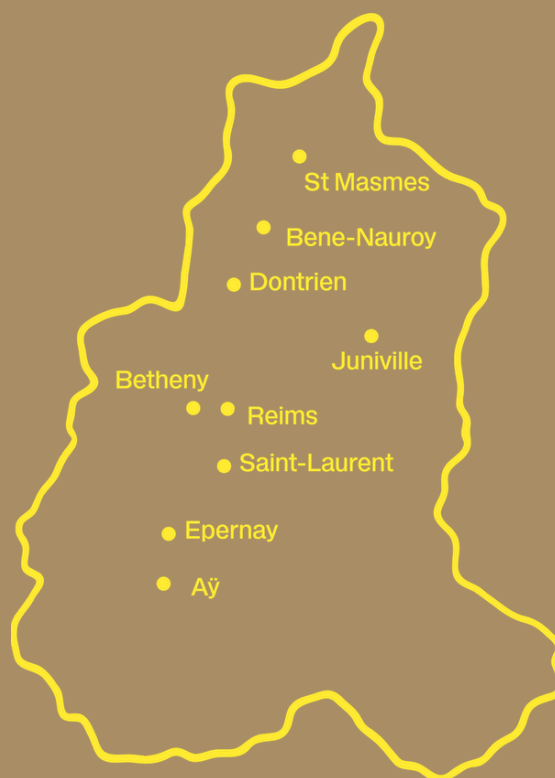
à destination du jeune
public de 3 à 18 ans

5

à destination des publics
dits spécifiques

5

à destination des publics
adultes, seniors et des
familles



3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Les chiffres clés

10

propositions en direction du jeune public dont :

7

concerts "Carto Kidz" pour les 3-18 ans

3

dimanches de "Folie Douce" pour les familles



7

artistes intervenant.es locaux

9

concerts hors les murs

3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Le projet

Plus qu'une salle de diffusion, la Cartonnerie, en tant que service public culturel, a pour projet de sensibiliser différents publics aux musiques actuelles. À travers ses projets 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 complément de ces projets, La Cartonnerie tient à proposer chaque année plusieurs concerts destinés au jeune public — les Carto Kidz — organisés aussi bien pendant le temps scolaire qu'en dehors de celui-ci.

Pensés et adaptés pour les plus petits, la programmation jeune public s'adresse aux spectateurs.rices de 0 à 18 ans, et permet à chacun.e 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 la salle en une grande cour de récréation musicale le temps d'une après-midi.

Ainsi en 2025,
ce ne sont pas moins de

8 500

personnes qui ont été sensibilisées
aux musiques actuelles,
soit environ 1500 de plus qu'en 2024
(+ 21%).

Ces chiffres s'expliquent notamment par l'augmentation du nombre de concerts jeune public proposés cette année (deux spectacles de plus qu'en 2024), ainsi que les fréquentations records des "Folie Douce" en mars et septembre 2025.

Type de public	Nombre de participants
Public scolaire	1 351
Public adulte	778
Public spécifique	378
Public en milieu rural	527
Programmation jeune public	5 466

3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Les appels à projet

En 2025, la Cartonnerie a une nouvelle fois reçu le soutien de la **DRAC Grand Est** et a ainsi pu mettre en place **deux projets fédérateurs en milieu scolaire**, ainsi que **deux projets d'envergure au sein du CHU de Reims**.

→ **Le projet "Du son à l'image"**, permettant aux élèves des écoles élémentaires de St Masmès, Beine Nauroy et Dontrien de s'initier au bruitage d'un court métrage grâce à l'artiste Laure Guillet.

→ **Le projet "Grand Tropic Orchestra"**, mené au sein de l'école La Marelle (Béthény) initiant tous les élèves de l'école aux percussions ou au ukulélé, avec l'aide des musiciens Jason Van Gulick et Aliocha Lauwers.

→ **Le projet "Musique à l'hôpital"**, regroupant l'atelier d'écriture au sein du service pédopsychiatrique, et les ateliers de création musicale à l'hôpital Sébastopol, portés respectivement par les musiciens Rémi Costa et Matthieu Rondeau.



En parallèle, dans le cadre du dispositif **"100% EAC"** de la **Ville de Reims**, la Cartonnerie a de nouveau proposé deux itinéraires artistiques :

→ **"Voyage électronique"**, en partenariat avec Césaré, qui proposait trois ateliers de découverte des musiques électroniques avec le musicien Alexandre Labart.

→ **"La Carto pour les Kidz"**, qui consistait en trois séances de découverte des musiques actuelles et des métiers de la technique son et lumière pour deux classes de CM1 et CM2.

3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Hors les murs

“Faire résonner la musique là où on ne s’y attend pas”

telle pourrait être la devise de l’action culturelle. Cette année encore, de nombreux ateliers et concerts ont été menés hors les murs, au plus près des publics.

Des établissements scolaires au CHU, en passant par le foyer Sève Eveil, ce ne sont pas moins de **neuf concerts et douze projets organisés en 2025**.

Quelques exemples :

- Les concerts de Margaux Claudel et The Darts au foyer Sève Eveil
- Le projet “Grand Tropic Orchestra” proposé à l’école élémentaire Trois Fontaines
- Les concerts au lycée professionnel Gustave Eiffel dans le cadre de leur festival culturel Fest’Eiffel



3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Partenariats territoriaux

Pour la troisième année consécutive, la Cartonnerie et l'Association des Maisons de Quartier de Reims se sont associées afin de mener plusieurs projets envers différents publics :

Avec le Pôle Enfance

Participation au Carto Kidz "Bricologie", ateliers DJing et percussions corporelles avec Fanny Bouché et Jason Van Gulick, puis concerts hors les murs pour les tout-petits, voilà le programme musical proposé durant les vacances de la Toussaint aux enfants de 3 à 12 ans accueillis par les maisons de quartier.

Avec le Ludoval

Dix séances d'ateliers d'initiation au DJing ont été menées par l'artiste Alexandre Labart en direction d'un groupe de seniors leur permettant ainsi de maîtriser les platines DJ et offrir un premier set sur scène lors de la Folie Douce #16.

Avec la maison de quartier Trois Piliers

Organisation du concert de la fête de quartier Luton par la maison de quartier et une association de bénévoles (concert du Funky Jazz Gang en juillet 2025).

L'année 2025 a également vu se renforcer deux partenariats :

Avec le foyer Sève Eveil

Deux concerts organisés par la Cartonnerie à destination des résident.es en situation de handicap moteur.

Avec l'URCA

A travers une visite de découverte de la salle et ses métiers pour une quarantaine d'étudiant.e.s, ainsi que l'accueil du Tremplin du SUAC "Ça cartonne à l'URCA" permettant à douze artistes ou groupes étudiants de se produire sur la scène du Floor.

3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Focus sur l'Hyperforum

Pour sa troisième édition, **le temps fort de l'action culturelle** proposé par la Cartonnerie a accueilli la **Fédélima** (Fédération nationale des lieux de musiques actuelles) et a participé à l'organisation des **premières rencontres nationales de l'action culturelle dans les musiques actuelles**. Durant deux jours, **130 professionnel.le.s du secteur** se sont réunis pour aborder diverses questions, telles que les sources de financements des projets d'action culturelle, la valorisation des actions menées dans les SMAC, ou encore le métier de médiateur.ice culturel.le.



3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Programmation jeune public

En 2025, la programmation s'est renforcée avec dix propositions en direction du jeune public et des familles :

- Un concert à destination des 3-6 ans ("Memoria")
- Trois concerts à destination des 6-10 ans dont un en période de vacances scolaires ("Oh Yeah ! Oh Yeah !", "Secrets de Beatmaker", et "Bricologie")
- Trois concerts pédagogiques à destination des scolaires du collège au lycée, dont deux gratuits portant sur la prévention des risques auditifs et le mal-être chez les adolescent.es ("Ouïe Fi", "Peace & Love FLRSN", et "Transformer le négatif en positif")
- Trois après-midis de "Folie Douce", gratuits et à destination des familles

C'est au total 19 séances qui ont été proposées tout au long de l'année et qui ont réunies près de 5 500 spectateur.ices, soit 1 600 personnes de plus qu'en 2024, avec un taux de remplissage de 90%.



3. Agir avec le territoire et les publics dits spécifiques

Un lieu ouvert et citoyen

La Cartonnerie affirme pleinement son rôle de **lieu ouvert et citoyen**, espace ressource pour le quartier, la ville et l'ensemble des acteurs locaux – collectifs, associations, artistes et habitant·es.

Au-delà de la diffusion musicale, La Cartonnerie est un **lieu de rencontres, d'échanges** et par moment, **d'expérimentations**. Le réaménagement du Floor, situé au rez-de-chaussée, a renforcé cette ambition. Pensé comme le cœur vivant du bâtiment, cet **espace hybride** se réinvente pour accueillir concerts intimistes, temps conviviaux, rencontres, expositions, jeux, lectures ou simples moments de détente.

Plus hospitalier, le Floor devient un véritable lieu de vie. Il incarne cette volonté d'ouvrir largement les portes de La Cartonnerie, d'en faire un endroit où chacun peut trouver sa place, s'approprier l'espace et participer à notre activité collective.



04. Nos publics et notre communication

1. Fréquentation et typologies de public

a. Chiffres clés

b. Retours qualitatifs

2. Politique tarifaire et dispositifs de fidélisation

a. Politique tarifaire

b. Evolution des comportements

3. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

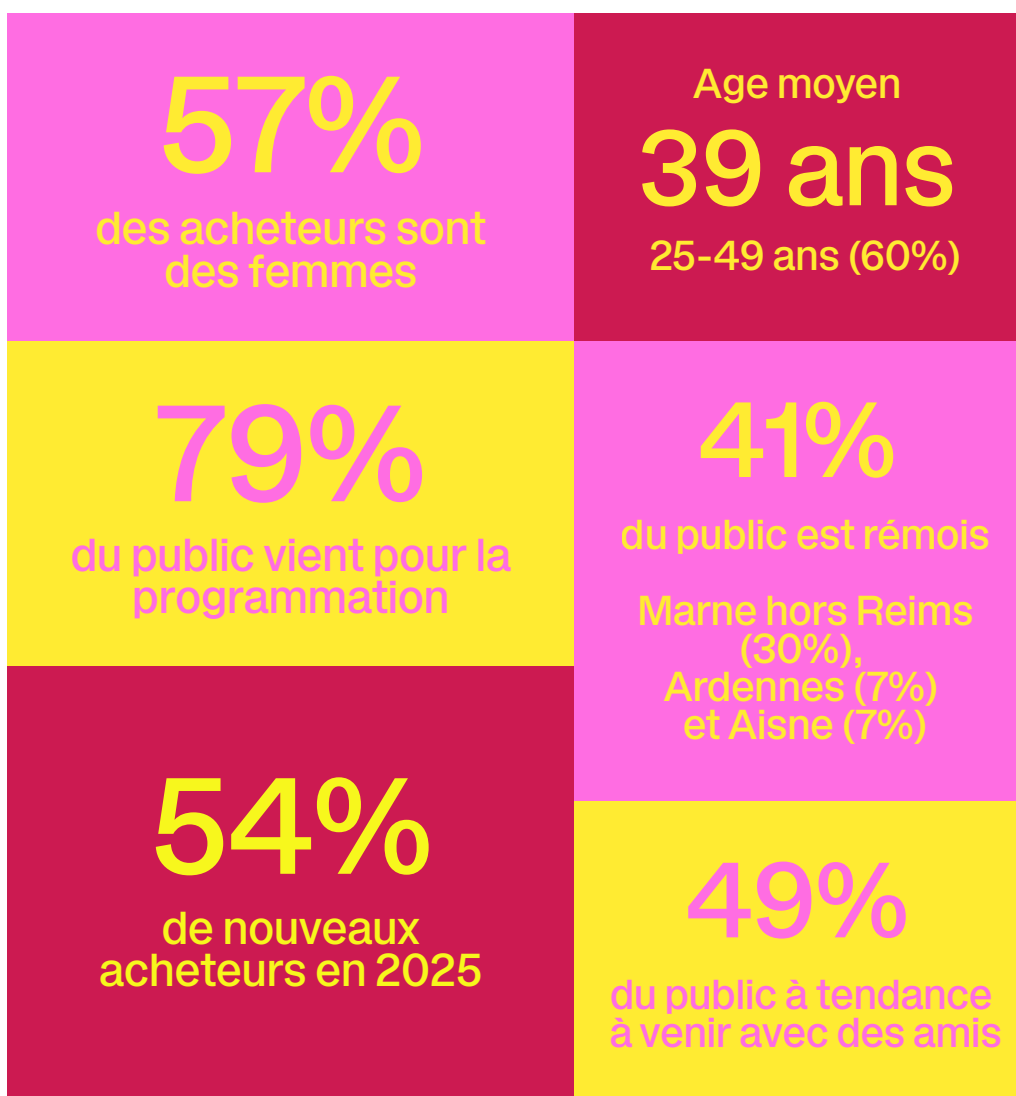
a. Communication des 20 ans

b. Les outils et supports

c. Relations publics

1. Fréquentation et typologies de public

Chiffres clés



1. Fréquentation et typologies de public

Chiffres clés

Nos adhérents

73%

de 36-60 ans
26% de 15-35 ans

90%

originaires de la Marne

1312

adhérents

53%

de femmes

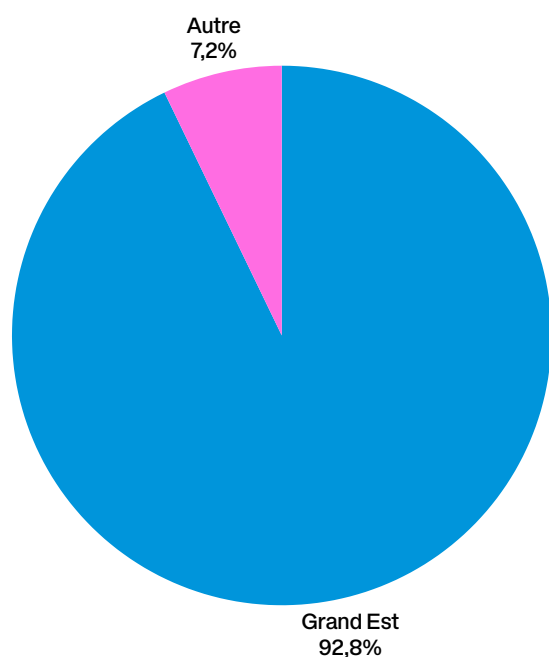


1. Fréquentation et typologies de public

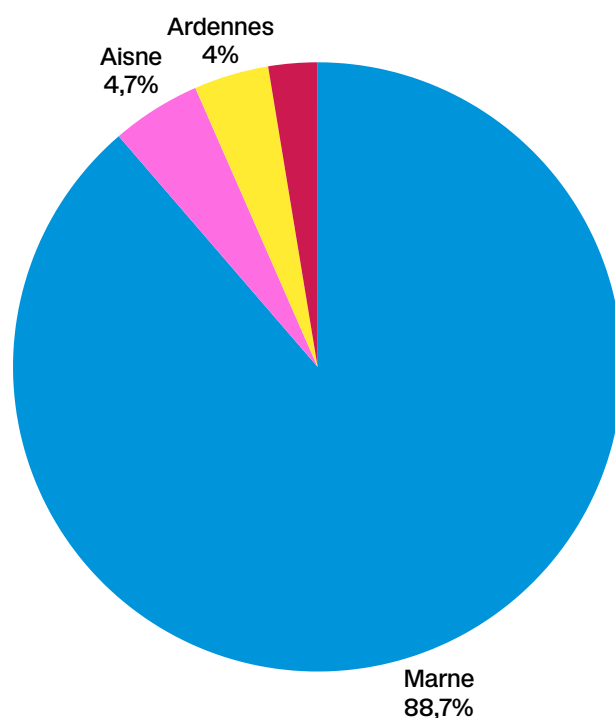
Chiffres clés

Nos adhérents

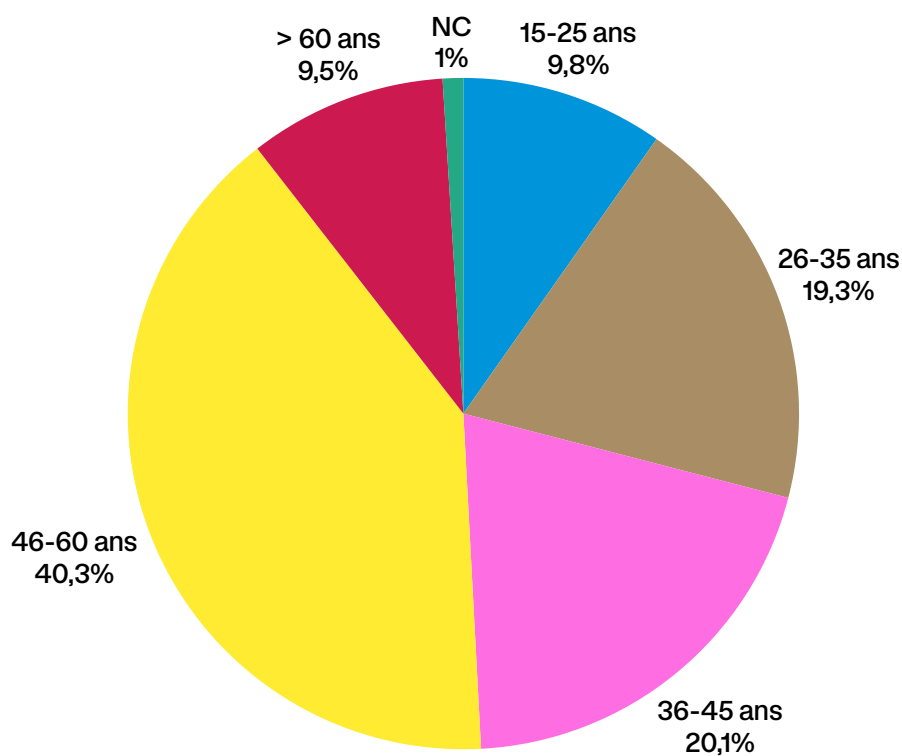
Répartition par région



Répartition par département

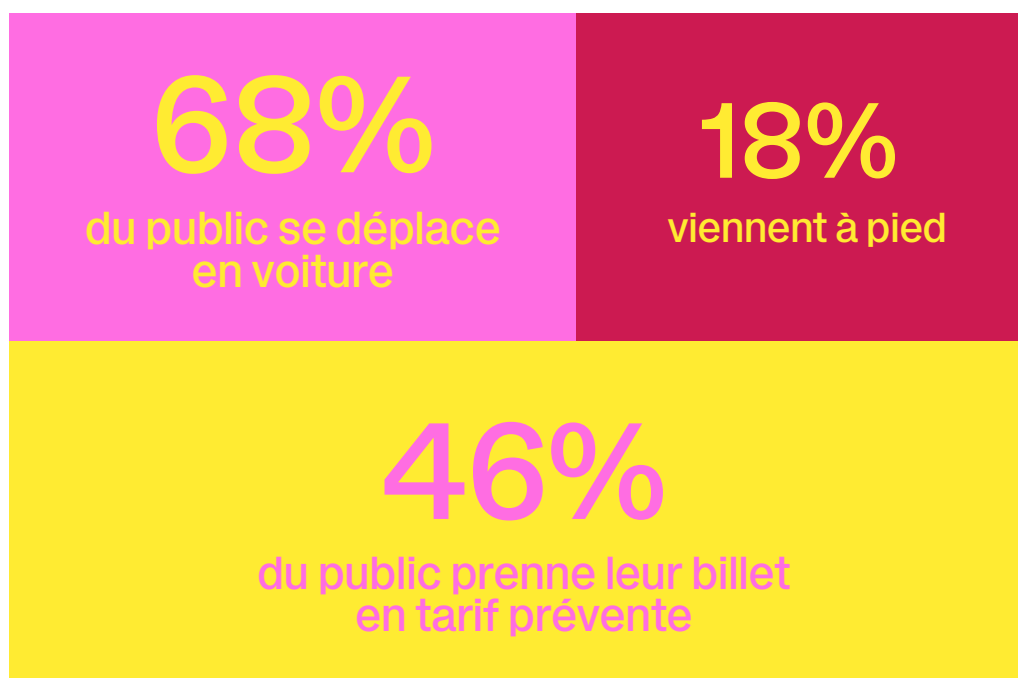


Répartition par tranche d'âge



1. Fréquentation et typologies de public

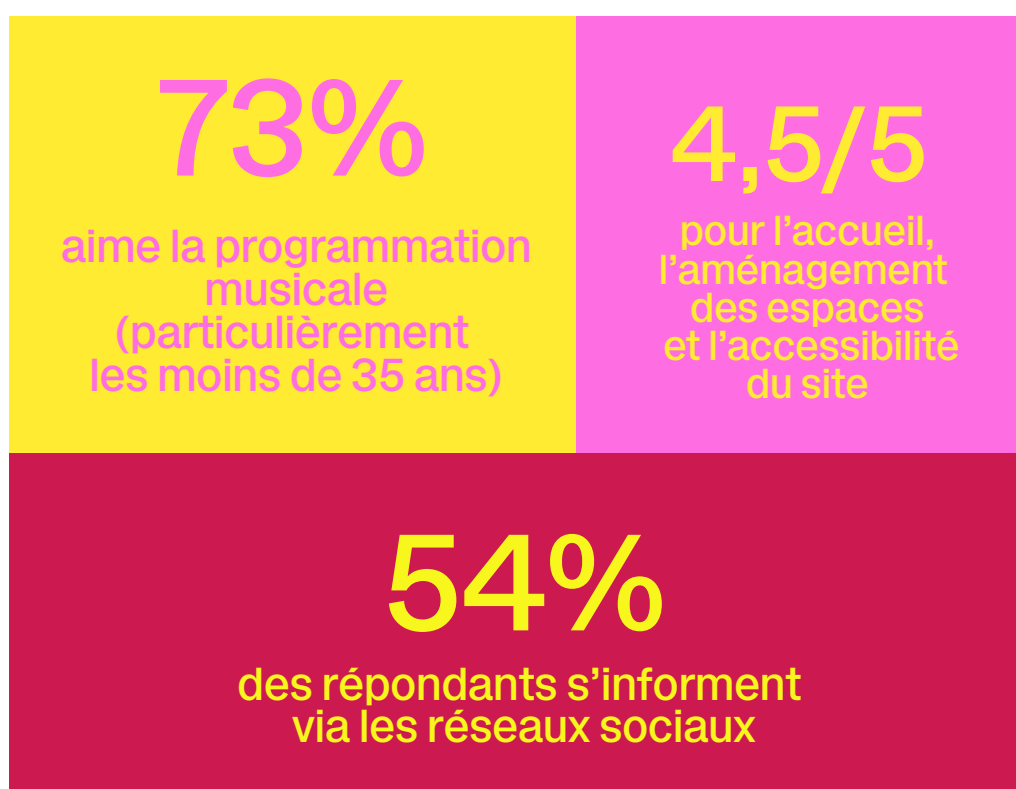
Chiffres clés



1. Fréquentation et typologies de public

Retours qualitatifs

D'après une étude menée en 2024 par NEOMA Conseil, durant six semaines dans le centre-ville de Reims et lors de six événements ciblés à La Cartonnerie, qui a permis de mieux comprendre les profils, comportements, attentes et niveaux de satisfaction des publics.



Les aspects techniques, notamment la sonorisation, renforcent l'image de La Cartonnerie comme lieu incontournable pour les passionnés de musique.

Certains publics expriment un intérêt croissant pour des événements plus interactifs ou alternatifs, comme les « Mardis du Floor ».

Le public est mixte et intergénérationnel, majoritairement âgé de 25 à 65 ans.

2. Politique tarifaire et dispositifs de fidélisation

Politique tarifaire

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...)

Toujours selon l'étude menée par Neoma Conseil, la politique de prix est jugée positive et perçue comme abordable (58%) voir très abordable (19%) par nos publics.

Les quatre niveaux de billetterie:

Tarif adhérent

(identique en prévente et sur place)

Tarif réduit (lycéens, collégiens, demandeurs d'emploi)
= tarif adhérent + 3€

Tarif plein en prévente =
tarif adhérent + 5€

Tarif plein sur place =
tarif adhérent + 9€

Plus deux tarifs spécifiques:

Tarif concert jeune public ou
tarif -12 ans: 6 à 10€ selon les
concerts

Tarif professionnel et action
culturelle: 4 à 10€ selon les
concerts

Pour les concerts en Grande Salle, les places assises au balcon sont majorées de 2€.

2. Politique tarifaire et dispositifs de fidélisation

Politique tarifaire

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

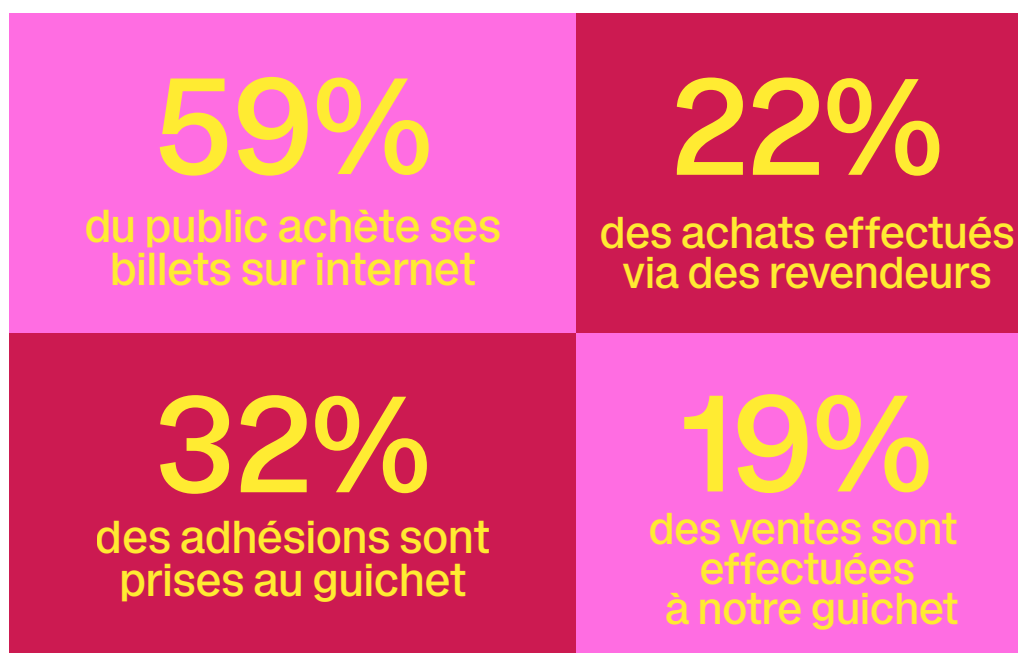
Jeun'Est
(dispositif mis en place et financé par la région Grand Est)

Pass Culture
(dispositif mis en place et financé par l'Etat)

Vente Pass Culture - Hors séances scolaires		
	Nombre de billets	Nombre d'évènements ouverts au Pass Culture
2024	1088	50
2025	529	41

2. Politique tarifaire et dispositifs de fidélisation

Evolution des comportements



On remarque néanmoins que certains habitués prennent plaisir à se déplacer pour acheter leurs billets et parler de la programmation avec l'attaché de billetterie.

L'année 2025 marque la fermeture du Trésor, espace centralisant les informations et la billetterie des structures culturelles rémoises.

03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

En 2025, le service communication s'est appuyé sur une organisation consolidée depuis sa réorganisation en 2023, renforçant la responsabilisation de chaque membre de l'équipe.

Après deux années avec un responsable en freelance, une nouvelle responsable de la communication a été recrutée à temps plein en août 2025.

L'année a été marquée par la célébration des **20 ans de La Cartonnerie**, avec un premier temps fort lors de la soirée anniversaire du 25 février, suivi du week-end d'ouverture de saison **du 18 au 20 septembre 2025**, ponctué d'événements spécifiques (vernissage d'exposition, concerts, soirée clubbing, Graaand Banquet et Folie Douce XXL).

Le service communication a été fortement mobilisé tout au long de l'année pour valoriser cet anniversaire, notamment à travers la création de supports innovants tels que le mémophone et le fanzine. L'identité visuelle des 20 ans et de la saison 2024-2025, conçue avec l'agence Papier Bon Œil, s'inscrit dans une esthétique « pop », mêlant références au passé et projection vers l'avenir.

Parallèlement, l'équipe a renforcé la communication autour des concerts, en développant sa présence sur les réseaux sociaux grâce à de nouveaux formats, des collaborations inédites et un recours accru aux contenus sponsorisés.



03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

Communication des 20 ans

Identité visuelle

Une identité visuelle a été créée spécialement pour les 20 ans de la salle. Pétilлante et acidulée, cette identité accompagne une programmation énérgique, effervescente, festive et audacieuse.

Elle montre aussi La Cartonnerie comme un lieu où se rencontrent une pluralité d'idées, d'artistes et de publics. L'œil est invité à se balader sur le visuel et à découvrir un nouveau détail à chaque regard.

Pour cette identité, La Cartonnerie a collaboré avec l'agence rémoise Papier Bon Œil.



L'objet Fanzine

Un fanzine a été conçu comme un objet-souvenir durable, prolongeant l'anniversaire des 20 ans. Il rassemble témoignages, archives et créations visuelles dans une approche éditoriale riche et variée, s'adressant aussi bien aux artistes qu'aux publics et aux anciens collaborateurs.



03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

Deux expositions ont également marqué cette année

- **Génération Carto**, en collaboration avec **Retrokube**, proposant une scénographie immersive inspirée des chambres d'adolescents, rendant hommage à l'histoire musicale et visuelle du lieu et à ses 20 ans de créativité et de partage.



- « **20 ans de concerts à Reims** », en partenariat avec **SNCF Gares & Connexions**, transformant la gare en galerie d'art, offrant aux voyageurs une immersion dans la richesse et la diversité de la programmation de La Cartonnerie.



03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

Les outils et supports

La Cartonnerie se saisit de tous les supports de communication. Du print au digital en passant par les relations publiques.

Site internet

Le site Internet www.lacartonnerie.fr est le support central de notre communication digitale. Il est une vitrine permanente des activités de La Cartonnerie et le lien vers notre logiciel de billetterie. Pensé et voulu inclusif, **la solution FACIL'iti** adapte l'affichage du site aux besoins des internautes.

Chiffres clés

- Un **point presse** réalisé en début de saison 2025-26 à La Cartonnerie pour présenter notre programmation.
- 15 insertions presse en 2025
- 8 insertions web : campagne habillage, campagne acquisition

Presse/ relations média

L'année 2025 a permis de consolider **la stratégie des relations presse**. Celle-ci s'appuie sur des insertions dans la presse locale, des partenariats de visibilité, l'envoi régulier de communiqués et de dossiers de presse, ainsi que l'organisation d'une conférence de presse de lancement de saison.

La Cartonnerie **collabore avec de nombreux médias locaux et régionaux** tels que L'Hebdo du Vendredi, L'Union, Ici Champagne-Ardenne (TV et radio), NRJ, Radio Primitive, Radio RJR, L'Instant Rémois, Newsmag, Poly et Première Pluie, ainsi qu'avec des médias digitaux comme Bokal, Reims Actu ou Le Bonbon Reims.

Ces partenariats permettent de relayer largement **les actualités de la structure** et de faciliter l'organisation d'interviews entre les artistes programmés et les journalistes locaux.

03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

Les outils et supports

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux de La Cartonnerie constituent un **levier essentiel pour valoriser les activités, promouvoir la programmation** et renforcer le **lien avec les publics**. En 2025, la stratégie éditoriale a consisté à **remettre l'artistique et la vie du lieu au cœur des contenus**.

Plusieurs formats ont ainsi été développés : une série d'**interviews d'artistes accompagnés** dans le cadre du Carto Cru, le déploiement du format « **Il Faut Sachez Que** », ainsi qu'une série de vidéos réalisées avec le média **Première Pluie** pour accompagner le rayonnement du week-end des 20 ans.

Les réseaux exploités sont Instagram, Facebook, LinkedIn et TikTok. Cette présence multi-plateformes **permet de toucher des cibles variées et de s'adresser à différentes typologies de publics**.

Youtube

La chaîne YouTube de La Cartonnerie est dédiée à la **diffusion de contenus longs**. Elle accueille notamment les formats « **Backstage** » consacrés aux métiers et aux événements du lieu, des interviews d'artistes ainsi que des rétrospectives annuelles.

Newsletter

Outil indispensable de notre relation avec les publics, une newsletter sur la promotion et les activités de La Cartonnerie est envoyée tous les **15 jours**. Des newsletters plus ciblées sont envoyées ponctuellement **vers des publics spécifiques** (fréquentation sur les concerts, adhérents)

TikTok

Une stratégie de contenus spécifiques a également été mise en place sur TikTok afin de **cibler des publics plus jeunes**, notamment la tranche des 18-25 ans.

LinkedIn

Une ligne éditoriale a été déployée pour le réseau LinkedIn. Mise en avant de nos activités, de nos partenaires mais aussi relai d'information. La Cartonnerie a développé sa présence sur LinkedIn, **facilitant le lien avec nos partenaires institutionnels, culturels ou privés**.

03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

Les outils et supports

Les réseaux en stats

Réseau	Abonnés	Nouveaux	Utilisateurs touchés	Publications	Interactions	Points forts
Facebook	34,5K	2,8K	4,7M	199	34 860	Sponsorisations, forte visibilité
Instagram	21,2K	5,4K	2,7M	409	59 077	Grande visibilités, pluralité de contenus, stories instantanée
TikTok	2,135	897	262K	80	27 241	Public jeune 18-25 ans, instantanéité des contenus
LinkedIn	4,119	698	65 184	-	-	Partenaires institutionnels et culturels
YouTube	242	36	10 055 vues	35	-	Formats longs, backstage, interviews

03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

Les outils et supports

Supports prints

L'affiche est un support de prédilection de notre secteur, garantissant une présence visuelle dans l'espace urbain. Jusqu'alors, La Cartonnerie produisait des affiches et des dépliants de manière trimestrielle. En 2025, un passage à une production semestrielle a été opérée pour la saison 2025-2026 permettant de réduire notre consommation de papier.

En 2025, **10 608 affiches** émanant de La Cartonnerie ont circulé dans Reims, le Grand Reims et les Ardennes.

Plusieurs formats cohabitent, avec des visuels variés mêlant affiches institutionnelles de La Cartonnerie et affiches des artistes programmés.

Chaque semestre, La Cartonnerie édite un support d'information de référence sous forme de dépliant, présentant de manière exhaustive l'ensemble des événements et les informations pratiques d'un semestre.

Dépliant 7 volets : 45 000 unités éditées en 2025



S1



S2

03. Communication : rendre visible, donner envie, créer du lien

Relations publiques

En 2025, le volet relations publiques a été renforcé avec la participation accrue à différents événements

- Présentation des structures culturelles de Reims à l'**URCA**
- **Village de rentrée étudiante**
- Présence à la rentrée **IRTS**
- Accueil des **nouveaux habitants** de la ville de Reims
- Développement de la relation avec **le campus Reims Eductiv : visite de La Cartonnerie, lien avec le BDE, interventions dans l'école**

Le partenariat avec le **Club de la Presse** a pris une nouvelle dimension grâce à l'organisation de trois conférences sur la saison, à raison d'une par trimestre. Nommées le « Off du Club de la Presse », ces rencontres ont abordé des thématiques **liées à la culture et ses pratiques**, telles que le mécénat, l'intelligence artificielle ou la décarbonation.

Les points travaillés en 2025

Passage de production print trimestrielle à semestrielle
(impact écologique et optimisation des coûts)

Développement de formats numériques innovants
(TikTok, Reels, vidéos avec Première Pluie)

Relations publiques et institutionnelles renforcées et partenariats culturels élargis

05. Ancrage territorial et rayonnement

La Cartonnerie s'inscrit au cœur de son territoire tout en développant un rayonnement régional et national reconnu. Cette dynamique repose sur un maillage étroit de partenariats institutionnels et professionnels qui renforcent son rôle d'acteur structurant des musiques actuelles.

1. Nos partenaires de proximité

2. Nos réseaux professionnels

- a. Grabuge
- b. AGI-SON
- c. Le SMA
- d. La Fédélima

3. Le Carto Club

- a. Le bilan du Carto Club
- b. Les faits marquants en 2025

1. Nos partenaires institutionnels de proximité

La Ville de Reims, notre tutelle principale, accompagne La Cartonnerie dans la **mise en œuvre de ses missions de service public** : diffusion artistique, soutien à la création, action culturelle et structuration de la filière musicale locale. Ce soutien dépasse le cadre financier ; il traduit une **vision partagée de la culture comme levier d'attractivité, de cohésion sociale et de vitalité territoriale**.

Le Département de la Marne et la **Région Grand Est** soutiennent également le développement du projet, notamment à travers **l'accompagnement de l'émergence artistique, des actions culturelles** et des dynamiques régionales de coopération.

La reconnaissance de la **Direction Régionale des Affaires Culturelles Grand Est**, dans le cadre du label SMAC, vient confirmer la qualité et la cohérence de notre projet artistique et culturel. Cette labellisation engage La Cartonnerie dans une exigence constante : **défendre la diversité des esthétiques, garantir l'accessibilité culturelle et accompagner les artistes sur la durée**.

Le soutien du **Centre national de la musique**, tant en matière d'**aide à la diffusion** que d'**accompagnement aux investissements et à l'équipement**, constitue également un levier essentiel pour maintenir un haut niveau d'exigence artistique et technique. De même, la **SACEM**, à travers son Programme d'aide aux salles et lieux de diffusion de musiques actuelles, contribue à consolider notre capacité à **soutenir la création et à programmer une offre diversifiée**.



2. Nos réseaux professionnels

Au-delà de son ancrage local, La Cartonnerie participe activement aux réseaux régionaux et nationaux des musiques actuelles.

La coopération avec les autres SMAC du national et notamment du Grand Est favorise l'interconnaissance, la circulation des artistes et le partage de réflexions stratégiques sur les enjeux communs et territoriaux. La dynamique régionale est renforcée par notre implication au sein de **Grabuge**, fédération des musiques actuelles en Grand Est, qui joue un rôle structurant pour les acteurs de la filière régionale. Grabuge constitue un espace de dialogue et de représentation, permettant de porter collectivement les enjeux du secteur à l'échelle régionale.

À l'échelle nationale, notre implication au sein du **Syndicat des Musiques Actuelles (SMA)**, de la **Fédération nationale des lieux de musiques actuelles (Fédélima)** et d'autres réseaux professionnels spécialisés nourrit une réflexion collective sur l'évolution du secteur, ses modèles économiques, la relation aux collectivités et nos responsabilités sociétales.

Enfin, La Cartonnerie joue un rôle actif dans le repérage et l'accompagnement des talents émergents en étant antenne régionale du **Buzz Booster** et des **INOÛIS du Printemps de Bourges**.

Ces dispositifs renforcent notre mission de soutien à la création et inscrivent le territoire rémois et le Grand Est dans des dynamiques nationales de développement artistique.

Ancrée localement, connectée nationalement, La Cartonnerie affirme ainsi sa place de scène de référence : **un équipement culturel au service des habitants, des artistes et du développement du territoire.**

2. Nos réseaux professionnels

GRABUGE

La REMCA a adhéré à l'association **GRABUGE** (fédération des musiques actuelles du Grand Est) en mars 2020. L'association 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 se faire, l'association met en œuvre tous les moyens destinés à remplir cet objet : l'appui aux acteurs, la représentation de la filière, l'observation, le développement artistique. À ce titre, l'association peut mener tout projet ou action pouvant directement ou indirectement contribuer à la réalisation de son objet et n'intervient qu'en subsidiarité de ses adhérent·e·s, et en synergie avec eux.

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 direct pour s'informer ou mettre en place une action à l'échelle locale (prêt de casque pour enfants, distribution de bouchons d'oreille, diffusion de la campagne Ear We Are).

2. Nos réseaux professionnels

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.

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.

Environ 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 à la connaissance des lieux de musiques actuelles et plus largement au secteur culturel.

3. Le Carto Club

Le bilan du Carto Club en 2025



Créé en 2012, le Carto Club réunit les entreprises mécènes et partenaires de La Cartonnerie autour d'un engagement commun en faveur du projet artistique et culturel de la structure. C'est un véritable réseau d'acteurs économiques impliqués, qui favorise les rencontres, les coopérations et le partage de valeurs entre organisations d'un même territoire, tout en contribuant concrètement au développement et au rayonnement de la salle.

Le bilan 2025 du Carto Club, le club des entreprises mécènes et partenaires de La Cartonnerie, est particulièrement positif. En l'absence d'événement extérieur majeur, le tissu économique local a confirmé son engagement en faveur de la salle et du projet artistique et culturel mené depuis 20 ans.

Le club rassemble désormais une cinquantaine de partenaires et mécènes qui contribuent activement à son développement à travers différents modes de soutien, notamment le mécénat et le partenariat.

À l'écoute des besoins de la structure, les mécènes participent directement aux missions d'intérêt général portées par l'établissement via des dotations dédiées aux actions mises en œuvre.

À titre d'exemple, les contributions privées représentent 73 % des financements du budget consacré aux actions d'accompagnement artistique et 35 % de celui dédié à aux actions culturelles.

3. Le Carto Club

Le bilan du Carto Club en 2025

Ces apports sont complétés par d'autres soutiens financiers affectés à l'activité de diffusion. Cet axe, particulièrement apprécié des partenaires, se traduit notamment par l'organisation d'opérations dédiées lors de concerts, avec la mise en place d'accueils privilégiés pour leurs invités (personnel dédié, cocktail d'înatoire, espace privatisé, places réservées, etc.).

Ces temps conviviaux favorisent les échanges entre entreprises et s'inscrivent dans une programmation de rendez-vous Carto Club, formels et informels, organisés tout au long de la saison. Parmi les propositions figurent notamment des invitations VIP à des événements tels qu'un match du Champagne Basket, une rencontre de début de saison, l'inauguration du Floor en avant-première ou encore des concerts découvertes.

Dans le prolongement de ces actions, nous développons également des collaborations avec les entreprises autour d'événements professionnels privés organisés dans la salle.

Ces initiatives permettent aux salariés de fréquenter le lieu et de renforcer concrètement le sens du partenariat engagé.

Au total, **le secteur des partenariats a généré 176 798 € de ressources** (mécénat, partenariats et privatisations confondus), soit 5 % du budget global de la structure.

Le nombre de **partenaires actifs s'élève à 53 en 2025 contre 41 en 2024**, représentant une augmentation de 29 %. Malgré l'arrêt du festival La Magnifique Society, la stabilité du réseau démontre la solidité du socle de partenaires constitué au fil des années et leur attachement durable au projet artistique et culturel de la salle.



3. Le Carto Club

Les faits marquants en 2025

Mobilisation du Carto Club autour du projet de refonte du Floor

À l'occasion d'un rendez-vous Carto Club en mai 2025, le projet de transformation du Floor, conçu comme un nouvel espace de vie au cœur de l'établissement, a été présenté aux partenaires. Neuf entreprises ont participé à sa réalisation par le biais d'apports en mécénat (numéraire et nature) ou du sponsoring, pour un montant total de 39 127 €, soit 36 % du budget global de l'opération.

Développement de l'offre de privatisation à destination des membres du Carto Club

L'accès à la location d'espaces est réservé aux entreprises engagées dans le projet. Cette proposition suscite un intérêt marqué de la part des membres, qui se sont rapidement saisis de cette opportunité.

En 2025, cinq privatisations ont ainsi été réalisées. Outre ce levier de revenu pour la salle, ce dispositif constitue un outil de valorisation du partenariat : il permet à certains salariés de découvrir le lieu, à d'autres de se l'approprier et il favorise une meilleure compréhension, par les salariés, du partenariat engagé par leur entreprise avec La Cartonnerie.

Opération partenaires hors les murs – concert de Julien Doré

Nouvelle illustration de la dynamique partenariale territoriale, une opération exceptionnelle a été organisée en décembre 2025 à l'occasion du concert de Julien Doré donné à la Reims Arena. Conçue comme un temps fort « hors les murs », cette initiative a été menée en collaboration avec le Radisson Hôtel, dont la proximité immédiate avec la salle a permis d'accueillir les partenaires dans des conditions privilégiées avant et après le spectacle (espace dédié, cocktail dînatoire, animation musicale et accès au rooftop).

La soirée s'est ensuite poursuivie à l'Arena avec le concert de l'artiste, déjà accueilli précédemment à La Cartonnerie, offrant ainsi une expérience complète et originale. Ce format externalisé, particulièrement apprécié des partenaires privés, renforce la qualité du lien entretenu avec eux tout en valorisant les synergies locales entre acteurs culturels et économiques.

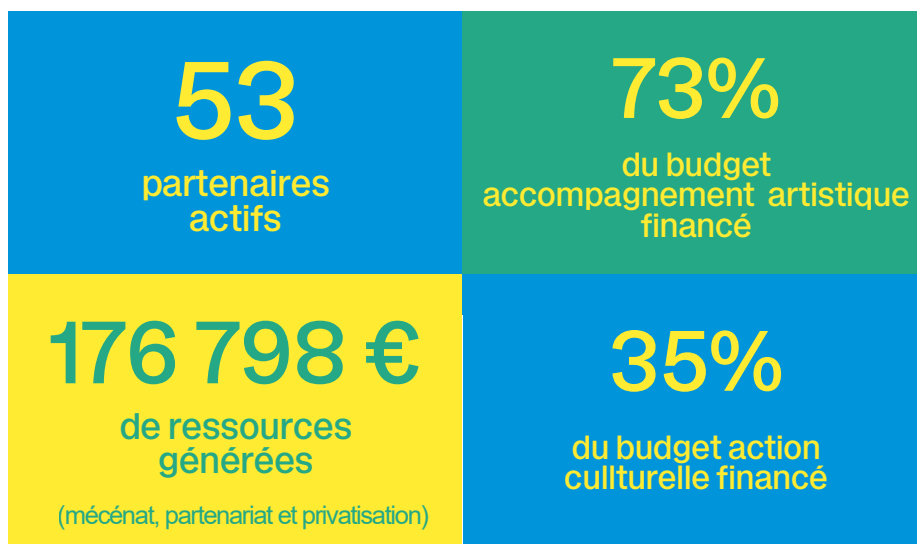
3. Le Carto Club

Les faits marquants en 2025

En conclusion, l'ensemble de ces éléments confirme le rôle structurant du réseau de partenaires pour La Cartonnerie.

Au-delà de leur contribution financière, essentielle à la mise en œuvre et au développement des projets artistiques et culturels, leur engagement constitue un véritable levier de reconnaissance et de légitimation auprès du tissu économique local. La fidélité comme la progression du nombre de partenaires témoignent d'une relation de confiance durable, fondée sur des valeurs partagées et une implication concrète.

Ce soutien pluriel renforce à la fois la solidité du modèle économique de la structure et son positionnement comme acteur culturel identifié, crédible et fédérateur sur le territoire.



06. Vie d'équipe, gouvernance & engagements sociétaux

1. Notre gouvernance

- a. Le conseil d'administration
- b. Objet de la REMCA

2. Notre équipe

- a. Organigramme
- b. Bilan social
- c. Stagiaires
- d. Bénévoles

3. Nos engagements RSE

- a. Appui conseil
- b. Notre plan d'action et perspectives
- c. Les autres perspectives pour 2026

1. Notre gouvernance

Le conseil d'administration

La R.E.M.C.A. (Régie des Équipements Musiques & Cultures Actuelles) est une Régie Personnalisée de la Ville de Reims, dotée de la Personnalité Morale et de l'Autonomie Financière, de type S.P.I.C. (Service Public Industriel & Commercial).

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

Les membres du conseil d'administration sont :

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

1. Notre gouvernance

Objet de la REMCA

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,

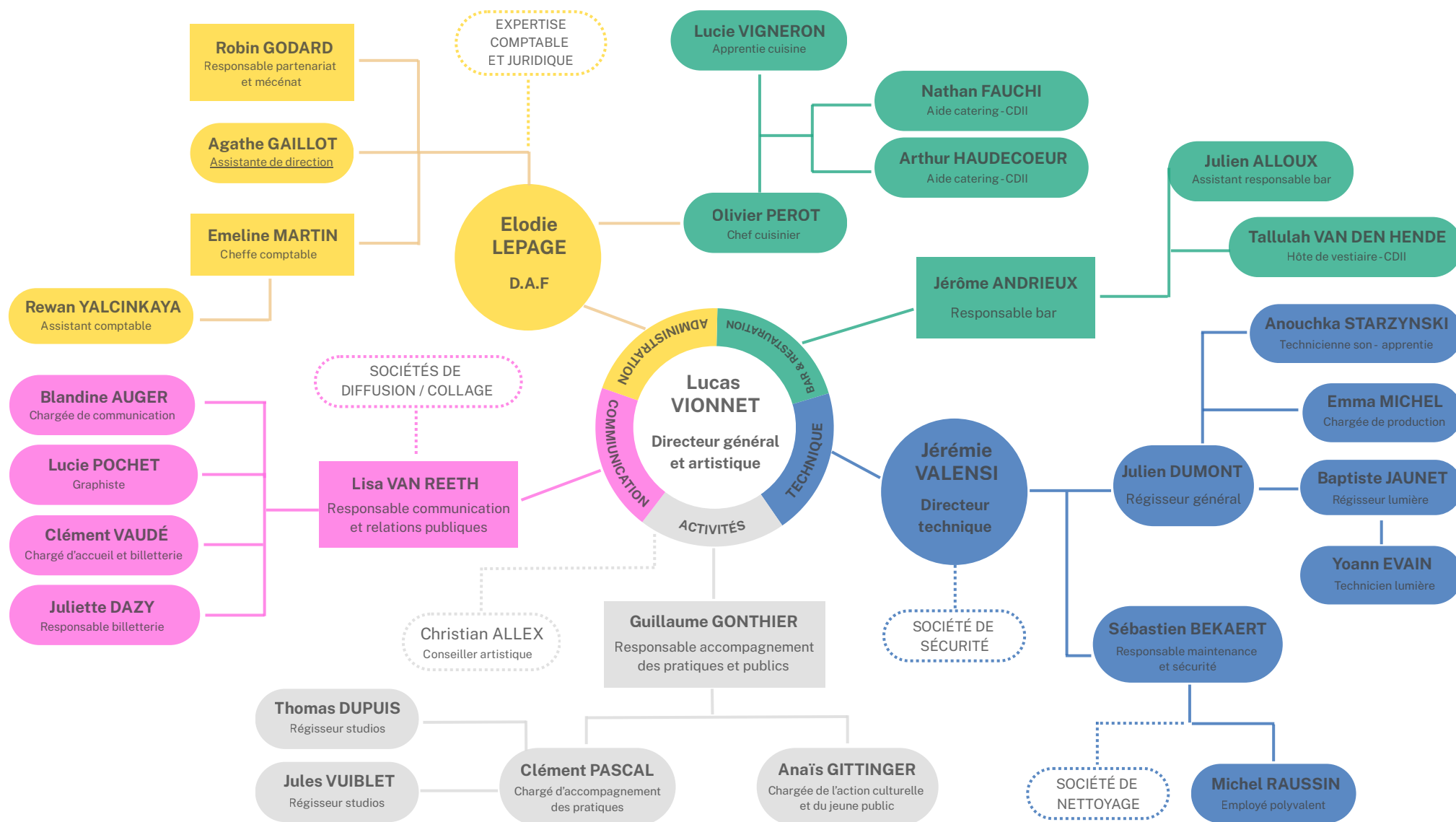
Dans un but général :

- 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 ses missions, dans le cadre général d'un service public.

2. Notre équipe

Organigramme



2. Notre équipe

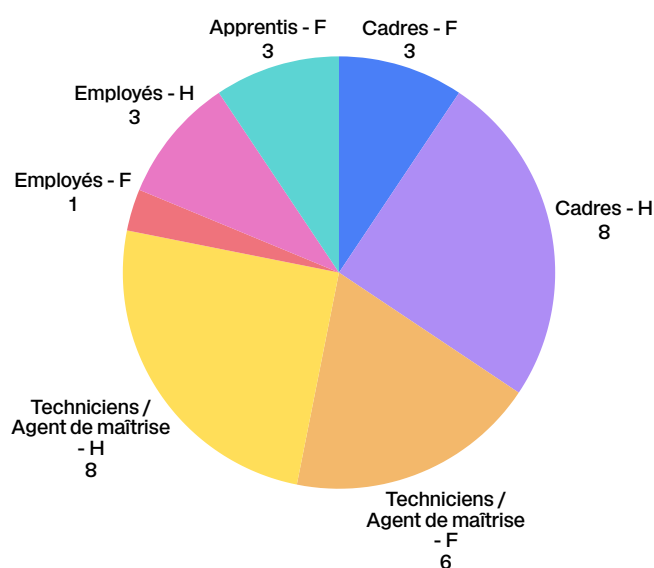
Bilan social

Effectif au 31/12/2025

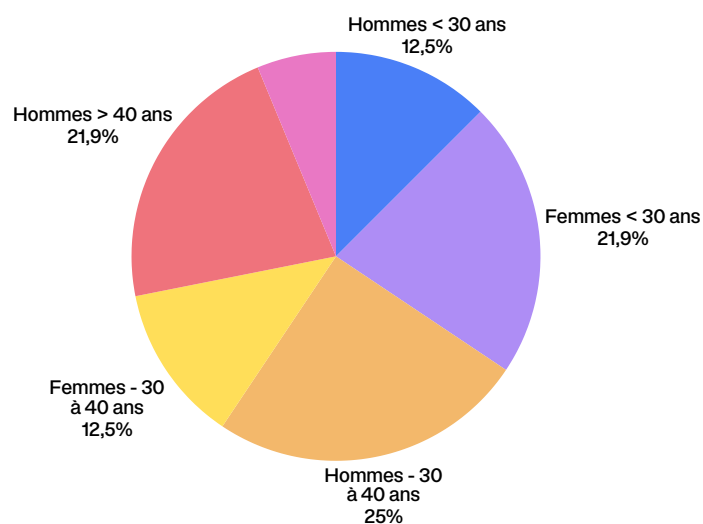
Au 31 décembre 2025, l'effectif de la R.E.M.C.A. est de 29 salariés et 3 apprentis dont :

- 24 CDI
- 4 CDII (CDI Intermittents)
- 1 CDD (CDD de Droit Public)
- 3 apprentis (2 techniciennes son et 1 cuisinière)

Répartition des salariés au 31/12/25 par classification et par genre :



Répartition des salariés au 31/12/25 par âge et par genre :

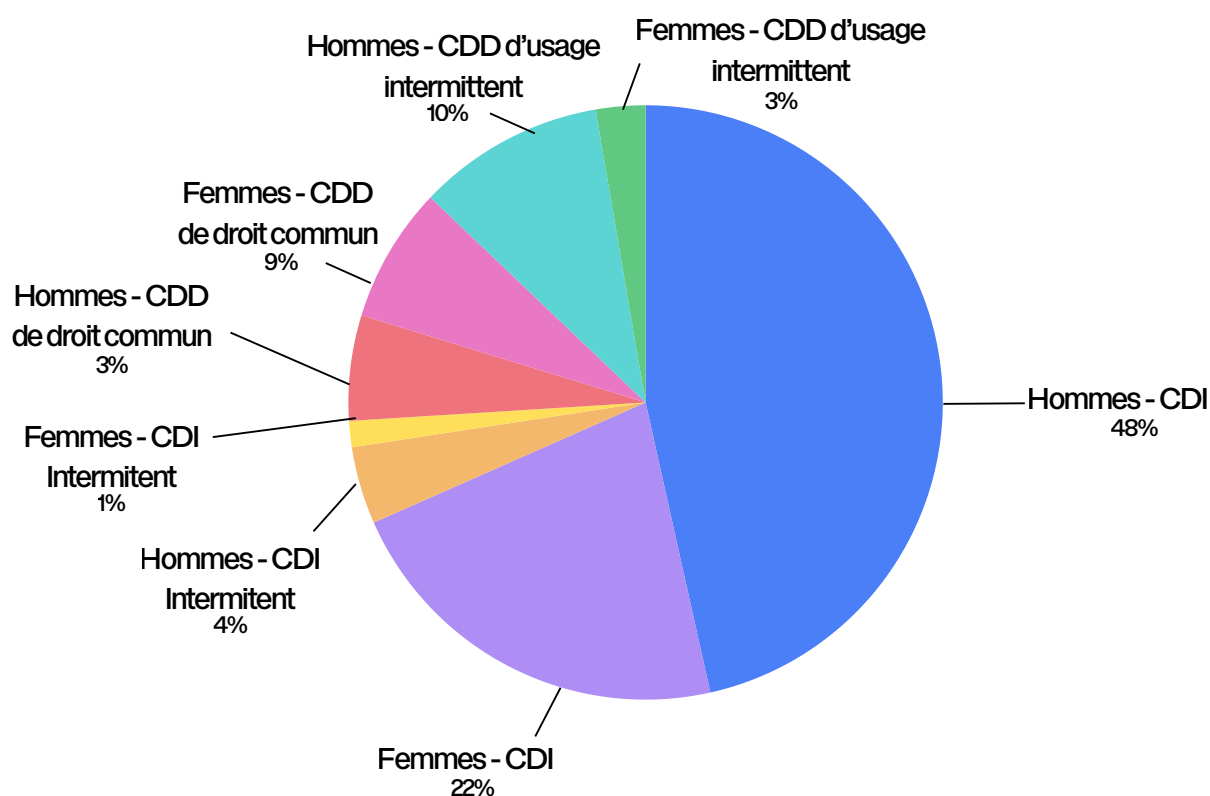


2. Notre équipe

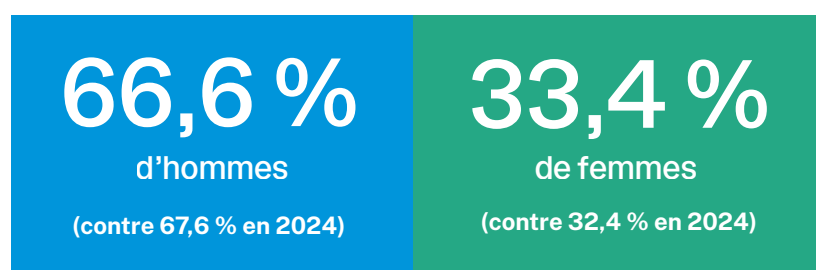
Bilan social

Effectif 2025 en E.T.P

Sur 2025, l'effectif du personnel embauché par la R.E.M.C.A. (CDI, CDII, CDD, intermittents et CDD extras) représente 31,59 ETP (équivalent temps plein)



Répartition des ETP 2025 par genre :



2. Notre équipe

Bilan social

Ancienneté des salariés permanents

La structure REMCA a été créée en Octobre 2023 (il y a 22 ans) et l'ouverture de la Cartonnerie a eu lieu en février 2005.

Au 31/12/2025, l'ancienneté moyenne des salariés est la suivante :

Cadres		TAM		Employés		Équipe	
Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
10 ans 7 mois	9 ans 2 mois	7 ans 6 mois	5 ans 7 mois	5 ans 2 mois	2 ans 8 mois	8 ans 5 mois	6 ans 1 mois
10 ans 3 mois		6 ans 7 mois		4 ans 2 mois		7 ans 5 mois	

Rémunérations et charges 2025

1 025 390 €

masse salariale
brute annuelle 2025

419 616 €

pour les emplois non-cadres

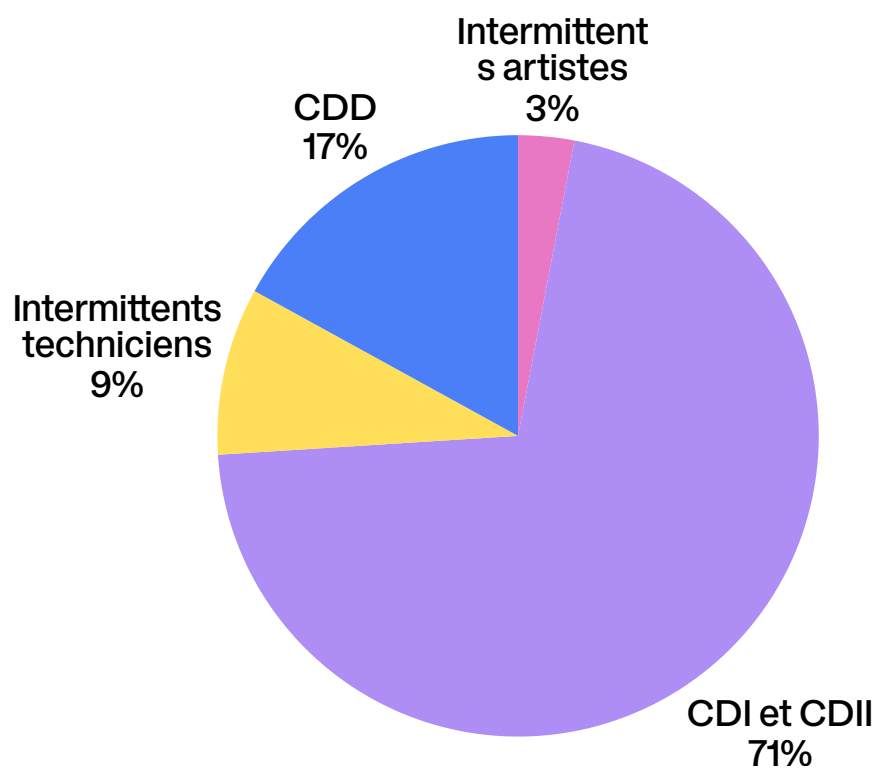
605 774 €

pour les emplois cadres

2. Notre équipe

Bilan social

Répartition de la masse salariale brute par type de contrat :



2. Notre équipe

Bilan social

Formation des salariés

OPCO conventionnel : AFDAS (8 rue Gustave Adolphe Hirn - 67005 Strasbourg)

Récapitulatif des formations financées par l'AFDAS :

Contrats d'apprentissage :

- Formation CAP Cuisine : 1 apprentie du 02/09/2024 au 31/08/2026
- Formation cheffe opérateur du son : 1 apprentie du 09/09/2024 au 12/12/2025
- Formation Ingénieure son : 1 apprentie du 17/11/2025 au 18/12/2026

Plan de formation d'entreprise – formations individuelles :

- Mettre en place le plan de Maîtrise Sanitaire (21 heures) : 4 salariés
- Mettre en place un accord d'intéressement (3,5 heures) : 2 salariées
- Management dans le secteur culturel (11 heures) : 1 salarié
- Piloter une équipe opérationnelle (21 heures) : 1 salariée
- Socle d'une stratégie de communication culturelle (11 heures) : 1 salariée

Plan de formation d'entreprise – formations collectives :

- Appui Conseil RSE – Prestation d'accompagnement - (49 heures)
- Prévention des risques professionnels liés aux addictions – 4 heures

Récapitulatif des formations financées directement par la REMCA :

- Sauveteur Secouriste au Travail (7 heures) : 2 salariés

Formation interne :

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

2. Notre équipe

Bilan social

Dialogue social

C.S.E. (Comité Social et Economique)

- 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 au 31/12/2025 : 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
- Valeur faciale des tickets restaurants au 31/12/2025 :
 - Montant unitaire : 9,25 € (dernière réévaluation : 01/05/2020)
 - Taux de prise en charge de l'employeur : 60% (soit 5.55 €)

2. Notre équipe

Stagiaires

Nous avons accueilli sur cette année 2025, 2 stagiaires longue durée (avec versement de gratifications) sur le secteur communication pour 710 heures, soit un ETP de 0,39.

Nous accueillons également des stagiaires courtes durée, majoritairement pour 15 jours, sur les différents secteurs de la structure.

Au vu du grand nombre de demandes, nous avons également mis en place un système de « classe » de 6 stagiaires de seconde, à qui nous présentons l'ensemble des métiers de notre structure.

Nous leur demandons d'imaginer un projet fictif avec une programmation artistique, des plannings de production et un budget prévisionnel pour les mettre en action.

Bénévoles

Nous avons la chance de pouvoir compter sur une équipe de bénévoles en étant associé à l'association rémoise Culture MecaniC. Les bénévoles font partie intégrante de l'équipe qui œuvrent pour la réussite de nos propositions artistiques et culturelles. Il y en a pour toutes les envies et les profils, du scan des billets à l'accueil des publics en passant par la communication ou l'accueil des artistes. Une belle manière de s'investir dans un projet culturel dynamique et inventif et de découvrir les coulisses d'une salle de spectacle ou d'un événement.



3. Nos engagements RSE

Au fil des années, l'équipe de La Cartonnerie a consolidé et structuré sa démarche RSE.

L'année 2025 marque une étape charnière avec la mise en place d'un véritable plan d'action, permettant d'agir concrètement à court terme tout en inscrivant notre réflexion dans une perspective de plus long terme.

Cette démarche prend en compte les trois piliers de la RSE – environnemental, social et économique – et vise à répondre, à notre échelle, aux grands enjeux de société qui traversent aujourd'hui le secteur culturel.

Appui conseil RSE

(Novembre 2024 – Mai 2025)

En parallèle du projet Déclic (*stratégie de transition écologique et leviers d'action visant à réduire l'empreinte carbone des musiques actuelles*), la **FEDELIMA** et le **SMA** se sont associés pour accompagner six structures adhérentes situées en Grand Est et en Bourgogne-Franche-Comté dans une démarche d'appui-conseil RSE, parmi lesquelles la Cartonnerie a été retenue.

L'appui conseil a été effectué, en lien avec l'AFDAS, par le cabinet de conseil IPAMA.

Les étapes de cet appui conseil :

Etape 1 : état des lieux, entretiens sur les attentes des parties prenantes internes et externes et diagnostic RSE permettant de dégager des priorités et de repérer les méthodologies et outils existants les plus adaptés au déploiement de la démarche.

Etape 2 : restitution du diagnostic, animation d'ateliers collaboratifs, assistance à l'élaboration d'une politique RSE : ambitions, enjeux, principaux axes et plan d'action associé.

3. Nos engagements RSE

Notre plan d'action et perspectives

Grâce à l'appui conseil et à la nomination d'un référent RSE au sein de la structure, l'équipe de La Cartonnerie a travaillé à la mise en oeuvre d'un plan d'action, détaillé ci-dessous.

N°01 Mécénat de compétence sur un bilan carbone en partenariat avec Initial Expertise

Objectif : maîtriser son empreinte carbone

Échéance : collecte et analyse des données de la saison 2024
> Restitution en décembre 2025

Perspective : mise en place d'actions sur la saison 2026/2027 ; analyse des flux énergétiques (avec Initial Expertise)

N°02 Bien-être et qualité de vie au travail

Objectif : écriture et analyse d'un baromètre social d'entreprise pour connaître les réussites et observer les besoins dans le fonctionnement au sein de l'entreprise

Échéance : diffusion à l'équipe en septembre 2025, analyse des résultats au cours du 1er trimestre 2026 puis mise en place d'un plan d'action en fonction des réponses obtenues

Perspective : reconduire l'opération à chaque fin de saison

3. Nos engagements RSE

N°03 La communication interne

Objectif : mise à plat des process actuels pour fluidifier les transmissions d'informations au sein de l'équipe

Échéance : création d'un groupe de travail en septembre 2025, mise à plat et ajustement des process en avril 2026

Perspective : établir un système avec des process clairs pour éviter la perte d'information

N°04 Charte éthique

Objectif : écriture d'une charte assurant que chaque évènement et activité programmés par La Cartonnerie respecte les valeurs portées par la structure

Échéance : avril 2026

Perspective : organiser des activités et évènements qui remplissent les critères suivants : être soutenable économiquement, proposer un cadre d'accueil bienveillant, respecter la charge de travail de chacun.e, s'inscrire dans une démarche durable et responsable

Les autres perspectives pour 2026

- Travail autour de la mobilité du public : comment faire évoluer les usages ?
- Elaboration d'une charte éthique et responsable à destination du public : promouvoir un environnement où chacun.e se sent accueilli.e, respecté.e et en sécurité
- Recherche d'un outil de collecte d'impacts carbone pour continuer notre démarche d'analyse de nos données au delà du bilan carbone

07. Bilan financier

1. Compte de résultats 2025

2. Répartition du budget par secteur d'activité

3. Ressources financières de la REMCA

1. Compte de résultats de la REMCA

Agrégation des 3 budgets - recettes

Recettes	2024		2025	
70 - Ventes de produits et de prestations	1 794 010,35 €	44,36%	1 645 245,19 €	45,19%
- Recettes de billetterie et de vente de spect.	1 000 625,96 €	24,74%	854 051,99 €	23,46%
- Recettes de débit de boissons et restauration	413 099,70 €	10,22%	385 823,40 €	10,60%
- Partenariats et mécénats	151 725,84 €	3,75%	153 319,25 €	4,21%
- Locations de salle et studios	224 470,96 €	5,55%	249 253,46 €	6,85%
- Formations	-	0,00%	- €	0,00%
- Autres (merchandising, vestiaire)	4 087,89 €	0,10%	2 797,09 €	0,08%
74 - Subventions et aides	2 163 030,00 €	53,49%	1 835 055,00 €	50,40%
- Etat - Ministères et DRAC	195 333,00 €	4,83%	191 667,00 €	5,26%
- Région GRAND EST	116 500,00 €	2,88%	108 500,00 €	2,98%
- Département de la Marne	36 897,00 €	0,91%	40 000,00 €	1,10%
- Ville de Reims	1 755 500,00 €	43,41%	1 445 500,00 €	39,70%
- SACEM	15 000,00 €	0,37%	12 000,00 €	0,33%
- CNV	43 800,00 €	1,08%	37 388,00 €	1,03%
- Autres aides	- €	0,00%	-	0,00%
75 - Autres produits de gestion courante	2,55 €	0,00%	2,62 €	0,00%
76 - Produits financiers	- €	0,00%	-	0,00%
77 - Produits exceptionnels	26 363,62 €	0,65%	76 907,16 €	2,11%
777 - Quote part subv d'inv virée au résultat	60 311,23 €	1,49%	83 400,40 €	2,29%
78 - Reprise sur provisions	271,20 €	0,01%	99,13 €	0,00%
	4 043 988,95 €		3 640 709,50 €	

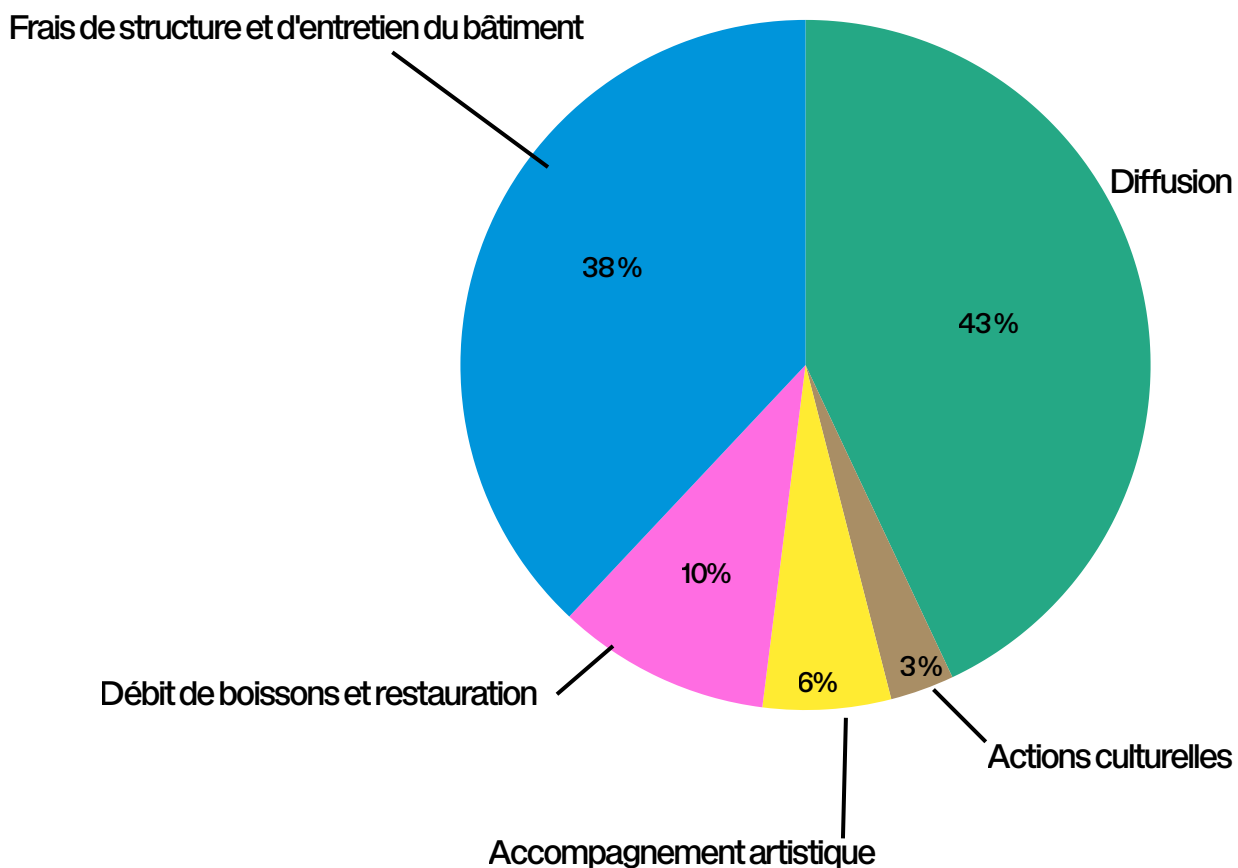
Agrégation des 3 budgets - dépenses

Dépenses	2024		2025	
60 - Achats de prestations et de marchandises	1 192 930,11 €	30,58%	951 933,43 €	26,58%
- Achats de spectacles	846 716,12 €	21,70%	594 707,94 €	16,60%
- Achats non stockés de matières et fourn.	153 809,56 €	3,94%	208 762,38 €	5,83%
- Achats de marchandises	192 404,43 €	4,93%	148 463,11 €	4,14%
61 - Services extérieurs	318 640,85 €	8,17%	254 834,18 €	7,11%
- Sous traitance	- €	0,00%	- €	0,00%
- rédevances de crédits bails	10 532,47 €	0,27%	9 616,00 €	0,27%
- Locations immobilières (loyer entrepôt)	77 508,81 €	1,99%	79 160,59 €	2,21%
- Locations (technique, informatique...)	135 075,14 €	3,46%	68 007,48 €	1,90%
- Entretien et réparations	80 004,65 €	2,05%	76 019,22 €	2,12%
- Primes d'assurances	14 264,67 €	0,37%	20 875,73 €	0,58%
- Autres services extérieurs (dont coprod.)	1 255,11 €	0,03%	1 155,16 €	0,03%
62 - Autres services extérieurs	683 526,09 €	17,52%	588 838,47 €	16,44%
- Honoraires	218 959,41 €	5,61%	160 384,45 €	4,48%
- Communication, Publicité, impressions	63 359,62 €	1,62%	64 800,21 €	1,81%
- Transport de biens et de personnel	3 100,00 €	0,08%	- €	0,00%
- Réception, déplacements	163 555,26 €	4,19%	147 203,35 €	4,11%
- Frais postaux et télécommunications	19 148,73 €	0,49%	23 062,39 €	0,64%
- Services bancaires et assimilés	10 981,82 €	0,28%	7 737,57 €	0,22%
- Sécurité, service d'ordre et de garde	115 042,93 €	2,95%	93 183,30 €	2,60%
- Frais de nettoyage des locaux	48 034,10 €	1,23%	49 115,32 €	1,37%
- Autres (dont prestations informatiques)	41 344,22 €	1,06%	43 351,88 €	1,21%
63 - Impôts, taxes	93 694,17 €	2,40%	66 238,00 €	1,85%
64 - Rémunération du personnel	1 424 383,55 €	36,51%	1 482 047,61 €	41,37%
- Rémunération brute permanents	758 880,51 €	19,45%	783 775,70 €	21,88%
- Rémunération brute intermittents	124 637,59 €	3,19%	122 109,99 €	3,41%
- Rémunération brute vacataires	145 112,36 €	3,72%	136 954,08 €	3,82%
- Charges patronales	386 467,85 €	9,91%	429 738,85 €	12,00%
- Autres personnel extérieur	9 285,24 €	0,24%	9 468,99 €	0,26%
65 - Autres charges de gestion courante	114 877,08 €	2,94%	92 801,10 €	2,59%
66 - Charges financières	1 259,74 €	0,03%	784,72 €	0,02%
67 - Charges exceptionnelles	4 504,52 €	0,12%	51 388,41 €	1,43%
68 - Dotations aux amortissements	67 456,27 €	1,73%	93 145,23 €	2,60%
69 - Impôts sur les bénéfices	- €	0,00%	- €	0,00%
	3 901 272,38 €		3 582 011,15 €	

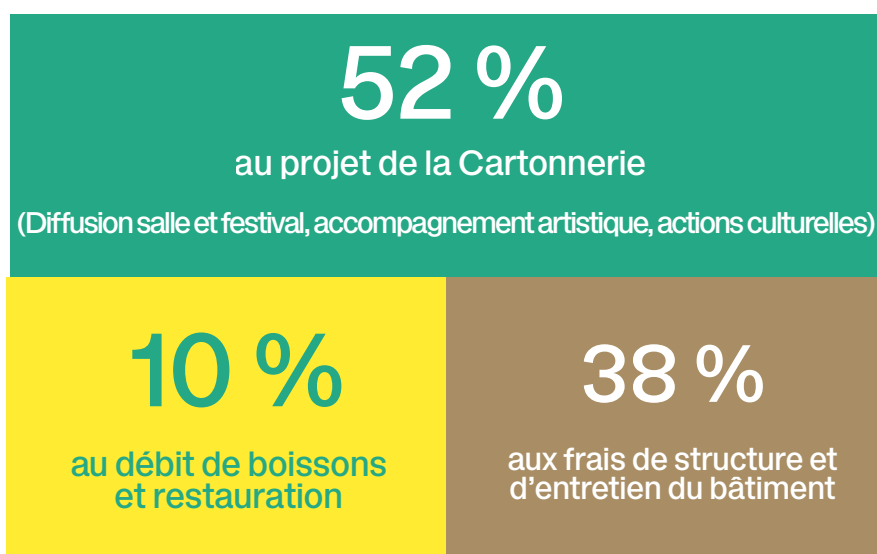
RESULTAT COMPTABLE	142716,57
REPORT A NOUVEAU AU 01/01	63703,95
REPORT A NOUVEAU AU 31/12	206420,52

58698,35
206420,52
265118,87

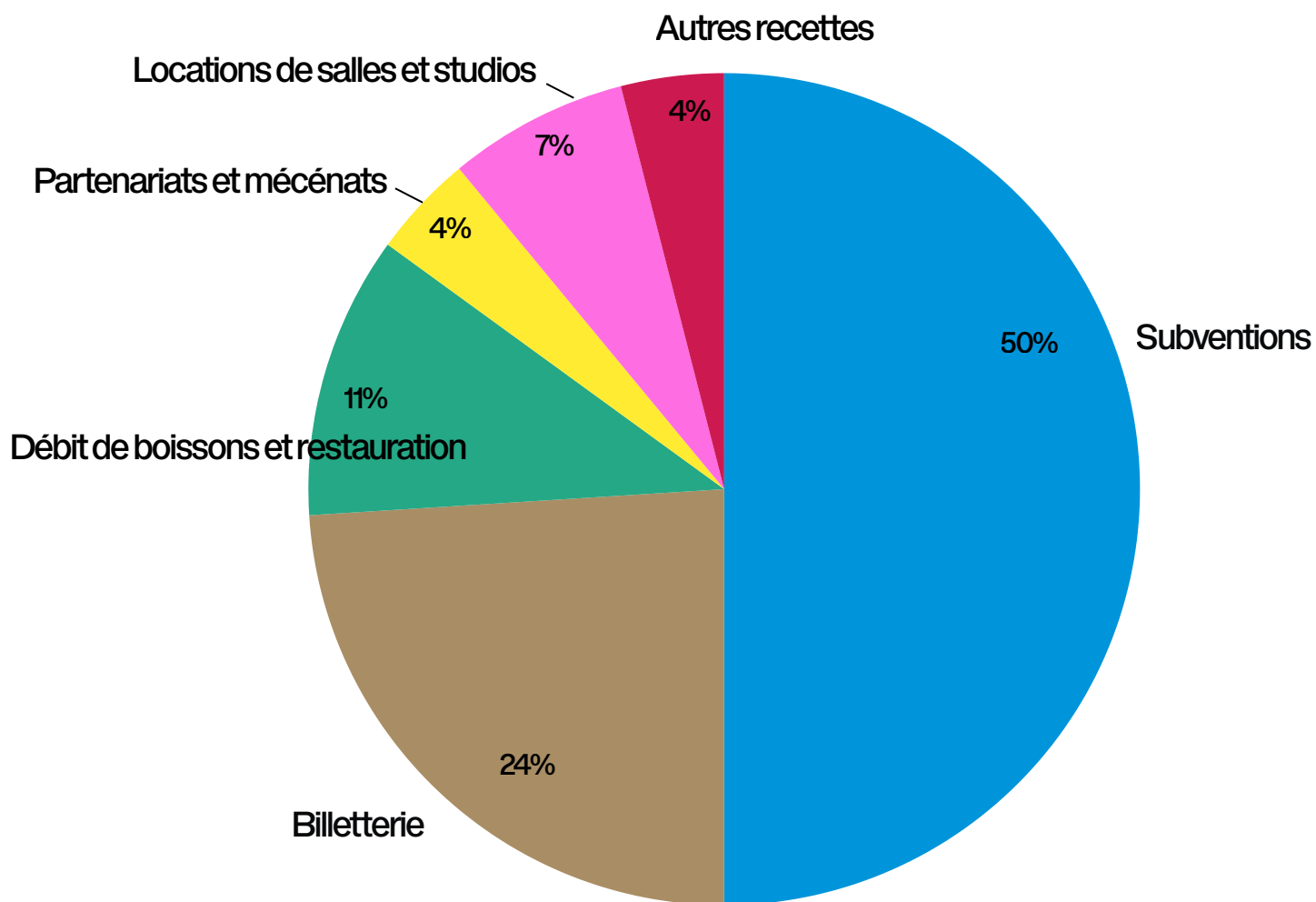
2. Répartition du budget par secteur d'activité



Parts des dépenses budgétaires allouées :



3. Ressources financières de la REMCA



08. Perspectives et défis à venir

À l'issue de cette année marquée par les 20 ans de La Cartonnerie, une nouvelle étape s'ouvre.

Si l'anniversaire fut un moment de célébration et de reconnaissance du chemin parcouru, il constitue surtout un point d'appui pour penser l'avenir.

Les enjeux qui se dessinent à l'horizon 2026 sont clairs. Ils appellent à la fois consolidation et transformation.

La jeunesse demeure au cœur de notre projet.

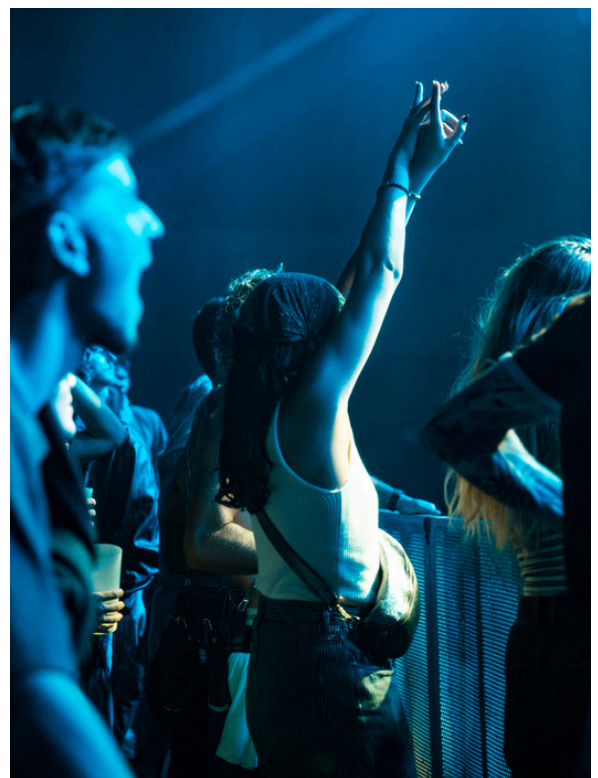
Il s'agit d'accompagner les nouvelles pratiques culturelles, d'aller à la rencontre des jeunes publics dans leur diversité, de soutenir l'émergence artistique et de continuer d'ouvrir nos espaces à différentes formes artistiques et culturelles.

Les transitions écologiques et sociétales s'imposent comme des responsabilités centrales.

Réduction de l'empreinte environnementale, évolution des pratiques de production et de diffusion, sensibilisation des publics et des équipes : ces engagements doivent s'inscrire durablement dans notre fonctionnement et irriguer l'ensemble de nos actions.

L'inclusion et l'accessibilité restent des priorités structurantes.

Cela implique une vigilance renforcée en matière de politique tarifaire, d'hospitalité, de médiation mais aussi de porter une attention constante aux publics éloignés, aux personnes en situation de fragilité ou de handicap. Notre rôle, en tant que SMAC, est de garantir un accès équitable à la culture et contribuer à la cohésion sociale.



A l'échelle du territoire, l'horizon 2026 doit également renforcer le lien aux habitants et au territoire. Développer un projet hors les murs et travailler, en amont, sur des coopérations locales précises ; associer les acteurs éducatifs, sociaux et économiques, et affirmer notre rôle de lieu ressource au service de Reims et du Grand Reims constitue un axe majeur. Plus que jamais, La Cartonnerie souhaite être un lieu structurant, ouvert et collaboratif.

Enfin, la question de la pérennité du modèle économique reste centrale.

Dans un contexte de tension budgétaire, nous devons préserver un équilibre exigeant entre ambition artistique et culturelle, accessibilité et stabilité financière.

Cela implique d'optimiser nos ressources, de consolider nos partenaires publics et privés et de poursuivre une gestion rigoureuse et responsable.

À court terme, notre priorité est de maintenir la qualité et la diversité de notre projet d'établissement tout en consolidant notre ancrage territorial.

À moyen terme, il s'agit d'affirmer La Cartonnerie comme un lieu toujours plus innovant, inclusif et durable, capable d'anticiper les mutations du secteur des musiques actuelles.



09. Remerciements

Merci, tout simplement.

La Cartonnerie est un lieu de musique mais avant tout un lieu d'engagement collectif.

Derrière chaque concert, chaque atelier, chaque résidence, chaque action ou rencontre, il y a des femmes et des hommes qui donnent de leur temps, de leur énergie et de leur passion.

Nous voulions remercier chaleureusement :

Nos équipes, d'abord : les salarié·es permanents, les intermittent·es, les vacataires et les extras qui contribuent, au quotidien, à faire vivre ce lieu.

Les membres du Conseil d'Administration, pour leur engagement bénévole, leur vigilance et leur attachement au projet.

Notre tutelle principale, la Ville de Reims, ainsi que nos partenaires institutionnels (Département de La Marne, Région Grand Est et DRAC Grand Est), pour leur confiance renouvelée et leur soutien déterminant.

L'association **Culture MecaniC**, qui à travers ses adhérents, permet la présence de bénévoles, lors des soirs de concerts en participant à l'accueil, à la convivialité et à l'âme du lieu.

Les **artistes**, évidemment, qui font vibrer la scène jour après jour.

Nos **collaborateurs et collaboratrices**, graphistes, photographes, vidéastes qui contribuent à l'identité visuelle et à la mémoire du projet.

Les **acteurs-trices du monde culturel rémois**, associations, salles, festivals, réseaux, fédérations, avec qui nous partageons des projets, des réflexions et des combats communs.

Les **prestataires, producteurs-trices, partenaires techniques et économiques**, dont le travail et l'accompagnement permettent à nos ambitions de se concrétiser.

Enfin, un merci particulier à nos **publics**, fidèles, curieux et engagés, qui donnent toute sa raison d'être à un projet comme celui de La Cartonnerie.