

RAPPORT D'ASSEMBLEE GENERALE 2020



RAPPORT MORAL 2019









ANNEXES

RAPPORT MORAL



RAPPORT MORAL 2019

Dans quelques années, quand nous regarderons par-dessus notre épaule, l'évènement majeur que le public aura retenu au sujet de cette année 2019 sera sans aucun doute notre changement de nom. Cette association qui évolue avec son temps, son quartier, sa ville, ses habitants, a fait un nouveau pas en avant l'année dernière. De lieu de vie à MJC, de MJC à SMAC, de Point du Jour à La Citrouille, nous nous appelons désormais Bonjour Minuit.

Cette nouvelle identité, qui trouve son origine en différentes sources, a été l'aboutissement d'un processus de mutation qui débuta dès 2017 et dont le résultat était crucial pour le bon fonctionnement du lieu. Aussi, une réflexion de plusieurs semaines a été menée en concertation étroite avec tous les acteurs impliqués directement ou indirectement dans la vie de la salle (gouvernance, salariés, propriétaire du lieu, riverains et usagers) à travers un comité de pilotage.

Débuté en janvier 2019 avec la création du comité, notre nouvelle identité a vu le jour à peine neuf mois plus tard avec l'affichage de notre nouveau nom sur le fronton de la salle. Il est important de rappeler ici que l'ensemble de ce travail a été mené à budget constant, pour un total inférieur à la programmation d'une date de concert.

Si ce changement de nom est certes l'évènement le plus visible de l'année passée, il y en a néanmoins d'autres qui, malgré leur discrétion, n'en sont pas moins importants. C'est le cas de la Convention Pluriannuelle d'Objectifs (CPO) ratifiée en 2019 par la Ville de Saint-Brieuc, le Conseil Départemental des Côtes d'Armor, le Conseil Régional de Bretagne et la Direction des Affaires Culturelles Bretagne. Cette CPO s'appuie sur le Projet Artistique et Culturel (PAC) porté par François Demarche, directeur, et s'articule au travers de nos différentes missions vis-à-vis de nos partenaires, et ce sur les quatre années à venir. La signature d'une même convention, par l'ensemble de nos partenaires, est une première dans l'histoire de notre association. Cet accord, qui nous unit les uns aux autres au travers

d'une vision commune de l'avenir, est un symbole fort de notre pérennité retrouvée.

Celles et ceux qui nous suivent de près ont peut-être également remarqué le déploiement du projet artistique amorcé en 2018, notamment avec le développement du Hip-Hop et des musiques extrêmes dans la programmation, ainsi qu'une meilleure promotion de la diversité musicale. 2019 a également vu une forte montée en puissance de nos deux autres missions principales, l'action culturelle et l'accompagnement.

Moins spectaculaire mais également important, est à noter l'élan positif qu'a connu notre vie associative sur cette période. En effet, l'âge moyen de notre Conseil d'Administration s'est rajeuni - important pour représenter l'ensemble de nos usagers, dont les plus jeunes ; le nombre de femmes à la gouvernance a été multiplié par quatre - ce qui reste très insuffisant mais montre le chemin à suivre ; et sont présents en notre sein des habitants du quartier, dont la parole est importante pour ne pas nous en détacher.

Pour conclure le bilan de cette année 2019, quoi de mieux que de parler chiffres, surtout quand ceux-ci sont positifs ? Notre ambition était d'atteindre l'équilibre financier en 2019, première année complète de notre équipe salariée. Cet objectif a été réalisé, puisque nous avons dégagé un résultat courant de 129 €. Pour atteindre un tel résultat, après deux années de pertes conséquentes, il a été demandé à l'ensemble des salariés de faire d'importants efforts, tout en maintenant l'activité de l'association de manière soutenue. Nous avons traqué la moindre dépense superflue. Chaque salarié a fait preuve d'une véritable austérité quant à la gestion du budget qui lui était alloué. L'ensemble de la gouvernance est consciente de ce que cela a demandé à chacun et des sacrifices qu'il leur a fallu faire. C'est pourquoi nous souhaitons profiter de l'occasion pour remercier chaque salarié de Bonjour Minuit et les féliciter pour l'énorme travail accompli qui nous permet d'en être là aujourd'hui.

Néanmoins, notre équilibre reste fragile. Et l'austérité ne peut durer qu'un temps très limité. En 2019, nous avons souhaité faire le premier pas en montrant à nos partenaires publics que nous comprenions et acceptions leurs contraintes financières, tout en commençant à déployer notre projet artistique et culturel. Il est important d'inscrire ici que Bonjour Minuit ne pourra continuer sur ce fonctionnement « a minima » sur du court ou moyen terme. Le soutien de nos partenaires et le respect de leurs engagements sont primordiaux pour la pérennité de l'association.

Cela nous amène naturellement à 2020. Une année qui s'annonçait sans grands changements spectaculaires. Une année où nous devions trouver notre rythme de croisière, ponctuée de moments riches en émotions. Cela aurait dû se faire par la poursuite du déploiement du PAC, notamment avec les actions hors les murs comme la soirée Diversion#1 à la chapelle Lamennais, mais également au-delà de l'agglomération briochine, à travers notre action culturelle. Il en sera finalement autrement.

2020 aurait pu marquer les esprits par tant de choses! Parce qu'elle est notre première année à ne plus fonctionner en saison (septembre-juin) mais en cycle annuel (janvier-décembre); parce qu'elle voit se mettre en place notre nouvelle stratégie de communication, menée en corrélation avec les cinq cycles de programmation; parce que paraît notre premier numéro du magazine biannuel – Major Tom – qui s'adresse aussi bien aux usagers de Bonjour Minuit qu'aux non usagers.

Ce n'est malheureusement pas cela que nous retiendrons. Nous le savons déjà.

Car une crise sanitaire s'est invitée à la fête. Elle a provoqué (et provoque encore) un séisme économique sans précédent à un niveau mondial, national et bien sûr local. Séisme auguel le monde de la culture n'échappe pas, bien au contraire.

Depuis le mois de mars, toutes les activités de Bonjour Minuit ont cessé. Nous ne savons toujours pas, à l'heure qu'il est, quand nous pourrons reprendre nos concerts, nos actions culturelles, les répétitions dans les studios et les résidences d'artistes.

Ce que nous savons, cependant, c'est que 2020 sera une année blanche dans le déploiement de notre PAC. Et une année sera sans doute insuffisante pour rattraper le retard pris. Car si nous ignorons encore lesquelles, nous savons d'ores et déjà que cette crise aura de nombreuses conséquences sur notre activité, sans doute de manières indirectes, à moyen et long terme.

Malgré cela, Bonjour Minuit se veut solidaire autant que ses moyens le permettent. Depuis le mois de mars, nous maintenons la rémunération des artistes et des techniciens et nous honorons tous les achats de concerts prévus sur les dates annulées.

De plus, en tant que structure subventionnée, et par solidarité avec les entreprises en difficulté, nous avons fait le choix de ne pas avoir recours au dispositif de chômage partiel pour nos salariés permanents, de maintenir les contrats avec nos prestataires les plus fragiles et de verser dès à présent les acomptes aux producteurs des concerts reportés à l'automne.

Dans un secteur aussi interconnecté, il nous semble primordial de veiller à ce qu'aucun des acteurs avec lesquels nous travaillons ne pâtisse de façon durable de cette situation.

A cette période déjà trouble, s'est rajouté une incertitude financière supplémentaire. En effet, lors du budget primitif du mois de février, la Ville de Saint-Brieuc a voté l'attribution d'une subvention de fonctionnement pour Bonjour Minuit inférieure à ce qui était prévu dans la Convention Pluriannuelle d'Objectifs. Ainsi, le total des subventions versées par la Ville à l'association risque d'être inférieur de 10.000€ par rapport à 2019 et de 25.000€ par rapport à la convention signée.

Nous espérons toujours, bien entendu, que lors du prochain vote des budgets de la Ville, l'association puisse bénéficier d'une hausse de sa subvention. Néanmoins, nous sommes tout à fait conscients que cette demande est loin d'être une priorité en cette période de crise.

Nous ne vous le cachons pas, cette décision nous plonge dans une grande incertitude face à notre avenir.

Malgré tout – et plus que jamais, ai-je envie de rajouter – la vie associative mérite que l'on s'y intéresse et que l'on en prenne soin, puisqu'elle est le terreau sur lequel se bâtissent l'ensemble de nos projets.

Nous souhaitons continuer à développer la représentativité de tous les publics au sein du Conseil d'Administration, nous souhaitons ouvrir nos portes plus régulièrement aux curieux qui souhaitent se renseigner sur ce qu'est le bénévolat à Bonjour Minuit. Nous développerons également les formations à l'attention de nos adhérents, qu'ils soient bénévoles ou non, nous continuerons à proposer des concerts de qualité, dans la grande salle, gratuit pour nos adhérents, et nous vous inviterons à nouveau à nos « Cafés Découverte » qui ont débuté en janvier, moment privilégiés de l'association, où l'occasion se prête à une présentation intimiste de la programmation ainsi qu'à l'échange.

Pour conclure, toute l'équipe souhaite remercier une fois encore – car cela n'est jamais trop – l'ensemble des adhérents qui nous soutiennent et tous les bénévoles qui s'investissent dans l'association, car sans eux rien de tout cela ne serait possible.

Michaël Besqueut, Président

RAPPORT D'ACTIVITES 2019



<u>I. OBJECTIFS GENERAUX ET VALEURS DU PROJET</u>

I.1. OBJECTIFS GÉNÉRAUX I.2. VALEURS

II. AXES DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET

II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

II.2. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE ET LA PROFESSIONNALISATION

II.3. SENSIBILISER ET TRANSMETTRE

II. 4. AFFIRMER L'ENGAGEMENT TERRITORIAL ET CITOYEN

III. PILOTAGE ET RAYONNEMENT

III.1. MOYENS HUMAINS

III.2. MOYENS FINANCIERS ET MATÉRIELS

III.3. RAYONNEMENT



L OBJECTIFS GENERAUX ET VALEURS DU PROJET

I.1. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

DÉFENDRE LA LIBERTÉ ARTISTIQUE ET LA DIVERSITÉ CULTURELLE

TRAVAILLER POUR ET AVEC LES POPULATIONS

S'AFFIRMER COMME ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE

I.2. VALEURS

EXEMPLARITÉ

SOLIDARITÉ

PARITÉ



II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

DIFFUSION

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- une programmation professionnelle éclectique et ambitieuse : 19 dates en Grande salle
- deux axes esthétiques forts : le rap et les musiques extrêmes
- des impératifs en termes de représentation : tendre vers 50 % de groupes avec des leaders féminins, et 50 % de groupes bretons
- une programmation axée vers la découverte et l'émergence : programmation de 8 dates Club à tarif réduit
- un développement important du « hors les murs » : 2 dates par trimestre

La diffusion est la mission la plus visible d'une scène de musiques actuelles (SMAC) comme Bonjour Minuit. La mise en œuvre du nouveau projet artistique et culturel de la structure impacte donc directement ce bilan quantitatif. Si cette évolution est positive pour la majorité des objectifs (valorisation de l'émergence, exhaustivité des styles programmés, représentation des artistes féminines et des musiciens locaux,

RÉALISATIONS 2019

- 24 concerts en Grande salle, 8 en Club
- Importance du « faire avec » : 10 évènements co-réalisés ou labellisés
- Une direction artistique forte, exhaustive et tournée vers l'émergence (73% des groupes programmés) qui entraîne cependant une baisse significative du taux de remplissage (46,76% contre 55,95% en 2018)
- Une meilleure représentation des artistes féminines (14,14% contre 9% en 2018)
- Une place toujours plus importante pour les artistes régionaux (64% contre 52% en 2018) et particulièrement aux artistes costarmoricains (33% contre 17% en 2018)
- La prise en compte de l'amatorat : 54% des groupes programmés sont amateurs ou en voie de professionnalisation
- Déploiement du « hors les murs » en 2020

etc.), il est important de noter que la nouvelle direction artistique de la salle, en rupture avec la programmation des années précédentes, a entrainé une baisse significative du taux de remplissage.

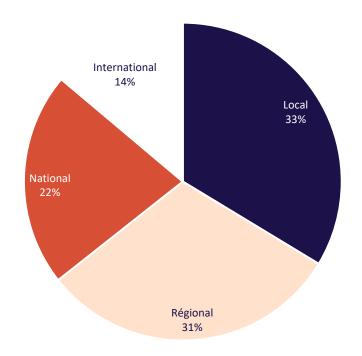
La diffusion moins systématique de têtes d'affiche, la volonté de proposer 8 plateaux « découverte » dans le Club et l'exigence artistique que nous nous imposons dans nos choix de programmation expliquent cette baisse.

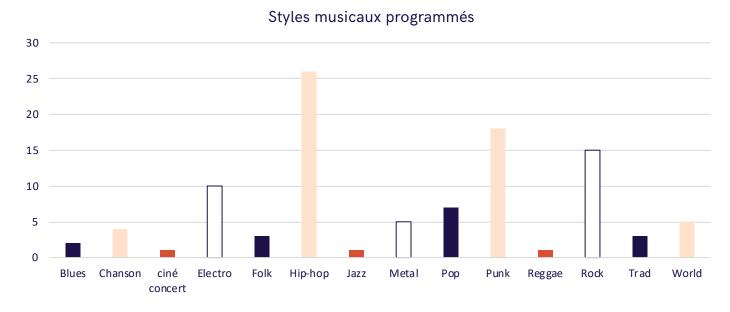
Un projet artistique et culturel doit mettre du temps à s'installer sur un territoire et la conquête d'un nouveau public s'inscrit dans un temps long.

II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

DIFFUSION

Origine géographique des groupes programmés





La place des artistes locaux (qui résident dans les Côtes d'Armor) au sein de la programmation est encore plus affirmée en 2019. La proportion d'artistes internationaux est quasi identique mais la proportion d'artistes non-européens a fortement augmenté (7,92% contre 4% en 2018), en partie grâce à la programmation de rappeurs américains mais également par l'accueil de nombreux projets africains (Afrique du Sud, Nigéria, Madagascar, Sénégal, Kenya, Togo).

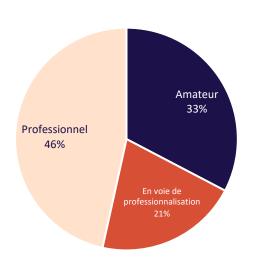
Le Hip-Hop est le style musical le plus diffusé en 2019 devant le punk, traduisant ainsi la direction artistique de la salle tournée vers le Hip-Hop et les musiques extrêmes (Punk et Metal).

L'intégralité des grandes familles des musiques actuelles a été accueillie en 2019.

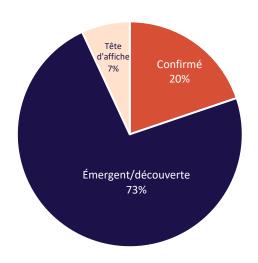
II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

DIFFUSION

Statut des groupes programmés



Niveau des groupes programmés



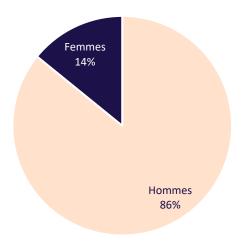
La prise en compte de l'amatorat est particulièrement visible. Plus de la moitié des groupes programmés en 2019 à Bonjour Minuit sont amateurs ou en voie de professionnalisation.

Preuve de la volonté de la scène de musiques actuelles de favoriser la découverte de nouveaux talents, 73% des projets diffusés peuvent être qualifiés d'émergents. En 2018, cette proportion s'élevait à 58%. Dans la même dynamique, le pourcentage de têtes d'affiche a été divisé par deux (7% en 2019 contre 15% en 2018).

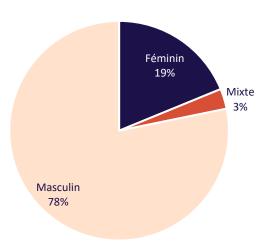
II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

DIFFUSION

Rapport HF parmi les groupes programmés



Lead artistique des groupes programmés



Augmenter la proportion de femmes au sein de notre programmation est un des objectifs de notre projet artistique et culturel. Si la parité est loin d'être atteinte, une progression significative est à enregistrer. En 2019, 14% des artistes programmés à Bonjour Minuit étaient des femmes contre 9% en 2018. Cette proportion est conforme aux statistiques nationales concernant le nombres de musiciennes agissant dans le champ des musiques actuelles (environ 15% des pratiquants) mais ne doit pas être une finalité. Nous croyons en la force de l'exemple pour encourager les jeunes filles à pratiquer et à se produire sur scène.

Les chiffres concernant le lead artistique sont quasiment identiques à ceux de l'an dernier (19% de lead féminin contre 20% en 2018, 3% de lead mixte contre 4% en 2018).

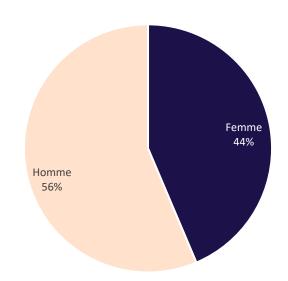
Détail de la diffusion

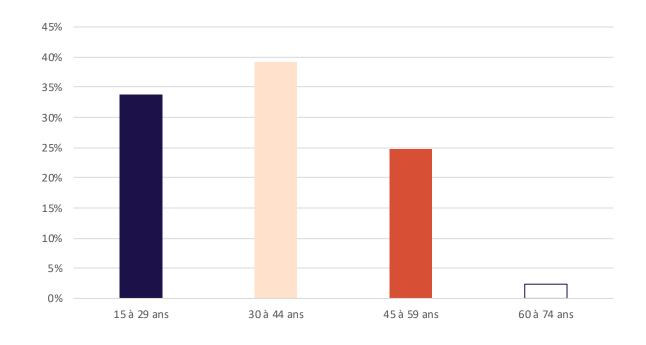
II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

DIFFUSION

PROFIL-TYPE DU PUBLIC DE BONJOUR MINUIT

- Prédominance des 30-44 ans (public historique de La Citrouille) mais forte proportion des 15-29 ans
- Moyenne d'âge de 36 ans
- Peu de spectateurs de plus de 60 ans (2,36%) alors qu'ils représentent 10,50% des adhérents
- Très légère surreprésentation des hommes





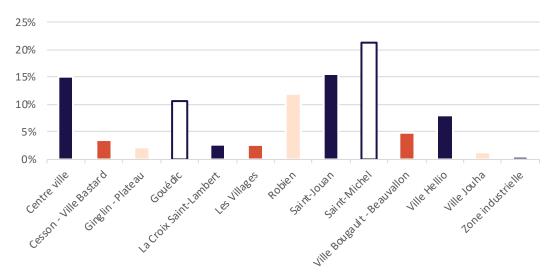
Statistiques réalisées sur un échantillon de 894 comptes clients uniques créés entre octobre 2018 et février 2020.

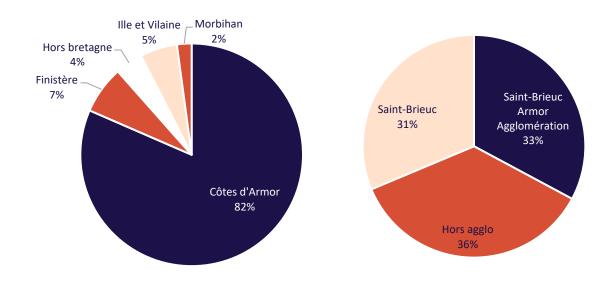
II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

DIFFUSION

PROFIL-TYPE DU PUBLIC DE BONJOUR MINUIT

- Majoritairement résidant dans les Côtes d'Armor mais une partie non négligeable vient également du Finistère, de l'Ille-et-Vilaine et, dans une moindre mesure, du Morbihan et d'autres régions
- 69% des spectateurs de Bonjour Minuit résident dans l'agglomération
- Le public briochin vient majoritairement des quartiers Saint-Michel, Saint-Jouan, Centre-Ville, Robien et Gouédic





Statistiques réalisées sur un échantillon de 894 comptes clients uniques créés entre octobre 2018 et février 2020.

II.1. ENCOURAGER LA CRÉATION ET FAVORISER LA CIRCULATION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES

CRÉATION ET PRODUCTION

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Accueil d'une résidence de création longue
- Accueil de 15 résidences de pré-production
- Mise en place d'une production mutualisée avec des producteurs et diffuseurs de la région

La mission de création et de production de la structure était réduite au strict minimum en 2018 pour cause des vacances de postes de direction, de programmation et d'accompagnement directement concernées par son portage.

En 2019, le développement de l'accueil de productions et de créations s'est fait principalement à destination des artistes locaux, particulièrement demandeurs de temps de travail sur le plateau de la Grande salle pour préparer leurs tournées, des participations à des tremplins ou à des festivals.

- 13 résidences de préproduction (résidence courte permettant de préparer une tournée ou une échéance importante)
- 3 filages en conditions de scène
- 1 résidence de création
- 44 jours de temps de travail sur le plateau contre 23 en 2018.
- 13 groupes accueillis dont 9 des Côtes d'Armor et 4 de la région
- Des partenariats avec des festivals identifiés (Art Rock, Transmusicales, Printemps de Bourges, Complet'Mandinque) et des dispositifs nationaux (Buzz Booster, iNOUïS du Printemps de Bourges)
- Participation au dispositif de production mutualisée pour le projet Oniri avec La Nouvelle Vague (Saint-Malo)

II.2. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE ET LA PROFESSIONNALISATION

ACCOMPAGNEMENT SUR-MESURE EN RÉPONSE AUX BESOINS

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Accompagnement de 2 groupes en voie de professionnalisation
- Programme sur-mesure, en réponse aux besoins des artistes
- Travail de rédaction du projet d'accompagnement définitif déployé en 2020

La mission d'accompagnement reste encore à déployer. Cependant, des principes et valeurs ont été clairement définis et guideront notre réflexion dans la mise en œuvre de cette mission : respect de la diversité artistique, parité, temporalité souple et adaptabilité aux projets.

Ainsi, l'écriture d'un dispositif d'accompagnement figé avec des lauréats annuels n'est pas l'objectif de Bonjour Minuit. A contrario, nous préconisons l'expérimentation autour de cette mission durant les 4 ans de la convention pluriannuelle d'objectifs 2019-2022.

- 2 groupes accompagnés par Bonjour Minuit en 2019 : Rosaire (Saint-Brieuc), Alter Real (Plérin)
- 1 groupe accompagné en partenariat avec Art Rock : Buck (Saint-Brieuc)
- 1 groupe accompagné avec les Transmusicales : Moundrag (Paimpol)
- Plus de 250h d'intervention des salariés de Bonjour Minuit (conseil, diagnostic, modules théoriques, etc.)
- Projet d'accompagnement de la structure toujours expérimental mais lancement d'une réflexion autour de l'accompagnement à l'échelle départementale avec le Labo (Dinan), Melrose (Saint-Agathon) et le Conseil départemental des Côtes d'Armor

II.2. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE ET LA PROFESSIONNALISATION

ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE EN RÉPONSE AUX BESOINS

LES MOYENS HUMAINS DÉDIÉS À L'ACCOMPAGNEMENT

La modification de la fiche de poste du « régisseur des studios » en « chargé d'accompagnement et régisseur des studios » ainsi que sa montée en compétences par le biais de formations professionnelles a permis à la structure de bénéficier d'une ressource supplémentaire. Dans le même registre, le recrutement de la programmatrice a permis de compléter l'expertise artistique de la structure.

Dans l'ensemble, l'investissement de tous les membres de l'équipe permanente permet à Bonjour Minuit de faire bénéficier les groupes accompagnés d'un catalogue de ressources dans différents champs (administration, artistique, technique, communication, etc.)

Ces ressources humaines viennent compléter les ressources matérielles dont la structure peut faire bénéficier les artistes (lieux de diffusion, studios de répétition, d'enregistrement, MAO, etc.)

RETOUR SUR L'ACCOMPAGNEMENT D'ALTER REAL ET ROSAIRE

Les deux projets accompagnés par Bonjour Minuit ont pu bénéficier d'un appui sur mesure. Suite à un diagnostic scénique, Rosaire a assisté à plusieurs modules autour de la communication, de l'administration, de la structuration du projet et de la stratégie de développement de carrière. Le groupe a également bénéficié de temps de répétitions dans les studios. Alter Real avait besoin de travailler plus spécifiquement la scène. Plusieurs temps de préproduction sur le plateau de la Grande salle ont donc été organisés. Bonjour Minuit a également contribué à la diffusion du projet sur le territoire régional en le programmant ou en faisant programmer le projet dans le cadre du Label Charrues, de la Tournée des Trans et de la Fête de la Bretagne. L'accompagnement d'Alter Real sera poursuivi en 2020.

L'ACCOMPAGNEMENT EN PARTENARIAT : BUCK ET MOUNDRAG

Programmé sur la Scène B du festival Art Rock, le groupe Buck a bénéficié d'un accompagnement croisé du festival et de la SMAC briochine pour préparer son set. Un dossier co-porté de préproduction a été déposé au CNV pour financer 4 jours de résidence à Bonjour Minuit. En parallèle, le groupe a bénéficié gratuitement des studios de répétitions de la salle.

Moundrag, projet paimpolais suivi par le chargé d'accompagnement de Bonjour Minuit, a quant lui été programmé en décembre 2019 dans le cadre des Transmusicales. En complément de l'accompagnement du festival rennais, 2 temps de résidence ont été accueillis à Bonjour Minuit ainsi que des rendez-vous conseils en communication et structuration de projet. L'accompagnement du groupe sera poursuivi en 2020 avec un axe important sur l'export hors de la région.

II.2. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE ET LA PROFESSIONNALISATION

VALORISATION DE LA SCÈNE LOCALE

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Poursuite du travail de « recrutement » de nouveaux usagers des studios, notamment vers les musiciennes et les esthétiques peu représentées (rap et musiques électroniques)
- Organisation d'une soirée « Les studios partent en live » pour 4 à 6 groupes amateurs
- Organisation de 2 soirées « Inclubateur » pour 2 groupes amateurs avancés
- Travail de réseau autour des 2 groupes en voie de professionnalisation accompagnés pour étoffer l'accompagnement et faciliter leur diffusion sur le territoire régional

CHIFFRES CLÉS 2019

- 105 projets musicaux (278 artistes) accueillis dans les studios contre 85 en 2018
- Plus de femmes dans les studios de répétition et un public plus jeune :
 35 ans de moyenne d'âge
- Modification des pratiques en lien avec l'ouverture d'un studio de création MAO: le rap 2^{ème} style musical pratiqué dans les studios
- Organisation de 2 dispositifs de valorisation de la pratique en amateur : Les studios partent en live et Inclubateur
- Des partenariats pour valoriser les groupes des studios
- Adhésion au dispositif Glaz Music de Spectacle Vivant en Bretagne pour participer à l'export des groupes les plus avancés

La valorisation de la scène locale est un des objectifs principaux de la mission d'accompagnement et doit concerner autant les groupes amateurs que ceux en voie de professionnalisation. En 2019, nous avons particulièrement axé notre travail sur le recrutement de nouveaux usagers des studios et la valorisation des groupes amateurs qui fréquentent l'équipement. La refonte des dispositifs dédiés aux musiciens des studios ont permis de les rendre plus efficients.

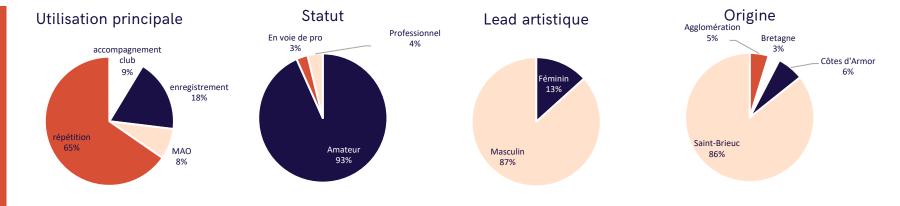
En 2020, le développement de cette mission se fera principalement à destination des groupes en voie de professionnalisation et de leur export hors-région et à l'international.

II.2. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE ET LA PROFESSIONNALISATION

VALORISATION DE LA SCÈNE LOCALE

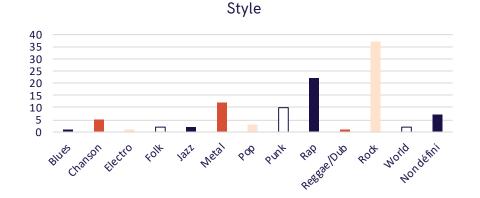
PORTRAIT TYPE DES MUSICIEN·NE·S DES STUDIOS

- Une très forte prédominance des hommes (92,09% des musicien·ne·s) mais proportion de femmes en très forte hausse par apport à 2018
- Une moyenne d'âge en baisse : 35 ans
- Des projets essentiellement originaires de Saint-Brieuc et de l'agglomération
- Une utilisation qui évolue : 65% des groupes viennent pour de la répétition contre 93% en 2018



L'utilisation des studios évolue avec celle des pratiques musicales. En transformant un studio de répétition en studio de composition MAO, nous avons facilité l'accueil de projets rap, plus jeunes et peu habitués à fréquenter des studios de répétition.

Par ailleurs, la volonté affichée d'accueillir plus de projets portés par des musiciennes est flagrante en 2019 : la proportion de musiciennes est passée de 1,2% à 7,91% et celle de projets portés par une leadeuse féminine a fait un bon de 3,5% à 13%.



Détail de l'utilisation des studios

II.2. ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE ET LA PROFESSIONNALISATION

VALORISATION DE LA SCÈNE LOCALE

LES DISPOSITIFS DE BONJOUR MINUIT

LES STUDIOS PARTENT EN LIVE // 12 AVRIL 2019 - SHIPPER, HAWKINS, MY CHIMERA

- Volonté de proposer aux groupes des studios de se produire dans la Grande salle de Bonjour Minuit pour présenter le travail réalisé à l'année
- Répétitions accompagnées dans le Club en amont
- Resserrement du nombre de groupes programmés : 3 en 2019 contre 8 en 2018 pour mieux les valoriser
- 191 spectateurs

INCLUBATEUR // 12 OCTOBRE 2019 - KROM, DELATTI

- Concert dans le Club pour 2 projets rap ayant bénéficié d'un accompagnement au live par le régisseur des studios et chargé d'accompagnement
- Travail sur la set list, l'utilisation de l'espace scénique et la technique
- 70 spectateurs

LES PARTENARIATS VALORISANT LA SCÈNE LOCALE :

- « À LA RENCONTRE DES PROFESSIONNELS DE LA MUSIQUE » AVEC CARNAVALOROCK // 13 AVRIL 2019
- Table ronde sur l'entourage des artistes
- Speed-meeting entre artistes locaux et professionnels

ORGANISATION DE PLATEAUX VALORISANT LES GROUPES DES STUDIOS

- Art Bist'Rock avec le Fût Chantant le 6 juin 2019 : programmation de The Rouste, King Averell, Moundrag et Breaking Bones
- Fête de la Musique en partenariat avec la Ville de Saint-Brieuc le 21 juin 2019 place de la Grille avec Dellati, Jet Teens, Lithium, My Chimera et Needle

Bilan complet des actions de valorisation des artistes amateurs

II.3. SENSIBILISER ET TRANSMETTRE

ACTION CULTURELLE

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Poursuite des visites de salle
- Développement de l'offre de diffusion jeune public
- Travail en lien avec les artistes en résidence et les artistes accompagnés
- Ateliers et diffusion des concerts à la Maison d'Arrêt de Saint-Brieuc
- Projet d'action culturelle à destination des habitants du quartier du Point du Jour co-construit avec le Conseil Citoyen

Bonjour Minuit poursuit le développement de ses actions culturelles in situ et hors les murs. Chaque projet doit prendre en compte les droits culturels des bénéficiaires et se réfléchit donc avec et pour les bénéficiaires. Dans la mesure du possible, nous tâchons de co-construire des actions s'appuyant sur les référentiels culturels des bénéficiaires et répondant à leurs envies et besoins.

- 2054 personnes (1019 femmes et 1035 hommes) ont participé à un projet d'action culturelle porté par Bonjour Minuit pour 250 h d'intervention
- 2 séances du spectacle jeune public « Comicolor » de Gablé : 196 spectateurs (complet) à la séance scolaire, 69 à la séance tous publics
- 6 temps de rencontres entre artistes en résidence et élèves de l'agglomération du secondaire
- Développement du travail en milieu carcéral avec l'inscription d'une action au sein du dispositif Culture-Justice
- Réalisation d'une action co-construite avec les habitants du quartier du Point du Jour dans le cadre de la politique de la ville « Bon Voisinage »

II.3. SENSIBILISER ET TRANSMETTRE

ACTION CULTURELLE

DÉCOUVRIR LA SCÈNE DE MUSIQUES ACTUELLES, LES VISITES DE L'ÉQUIPEMENT

- 143 élèves (dont 127 femmes) des collèges Racine et Jean Macé et des lycées Rabelais et Freyssinet de Saint-Brieuc
- 19 jeunes dont 13 femmes en dehors du temps scolaire avec le centre de loisirs du Grand Clos de Saint-Brieuc et l'association l'Antre Jeunes d'Yffiniac
- 22 hommes et 19 femmes accompagnées par la Maison d'arrêt de Saint-Brieuc, le centre de formation pour adultes CLPS (centre de formations pour adultes) de Saint-Brieuc et l'association Coalia (aide et accompagnement social)
- 7 jeunes entre 11 et 17 ans en situation de handicap avec l'IME des Mauriers de Plaintel
- 30 personnes lors de la 2ème édition d'Happy Day

APPRENDRE LES GÉNÉALOGIES MUSICALES

- Conférence « Les musiques actuelles viennent du blues » à la bibliothèque Albert Camus
- Conférences sur le rap, le reggae et la musique électronique sur les temps méridiens auprès de 78 élèves de 4^{ème} du collège Racine
- Intervention « La musique électronique n'existe pas » imaginée avec Victor Braco, DJ et producteur de musiques électroniques pour 60 élèves dans l'amphithéâtre du collège Simone Veil

TRANSMETTRE ET SENSIBILISER PAR LA PRATIQUE

- À destination des musicien·ne·s : initiation au son avec 4 écoles de musiques actuelles de l'agglomération
- À destination de l'insertion professionnelle : projet « Action culturelle et langue française » avec le CLPS de Saint-Brieuc (centre de formation pour adultes)
- À destination de l'éducation populaire : atelier « Journalisme de concert », atelier « Série radiophonique » avec la comédienne Paul Vernin, atelier « Playlist » avec le Centre social La Ruche, atelier « Enregistrement de musique en studio » avec l'accueil de loisirs de l'école Poutrin
- À destination des mélomanes : atelier « Musique concrète » à la bibliothèque Albert Camus, blindest au Campus Mazier
- À destination du milieu carcéral : projet « Résonances » à la Maison d'Arrêt de Saint-Brieuc avec Pumpkin & Vin's Da Cuero

Bilan complet de l'action culturelle

II.3. SENSIBILISER ET TRANSMETTRE

ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Développement du travail avec le Rectorat grâce à la mise à disposition d'un enseignant conseiller relais
- Organisation de résidences en collège
- Montage d'une action dans le cadre de l'expérimentation autour du 100 % EAC à Saint-Brieuc

Bonjour Minuit développe des projets dans le cadre du parcours d'éducation artistique et culturelle. Construit pour les élèves avec les équipes pédagogiques des établissements scolaires, l'EAC repose sur trois piliers :

- l'acquisition de connaissances,
- la rencontre avec les œuvres et les professionnels,
- la pratique artistique.

- Développement du lien avec le Rectorat et amélioration de la cohérence des actions avec les programmes de l'éducation nationale grâce au travail de Jean-François Grosset, professeur conseiller relai de la DAAC (délégation académique à l'action culturelle)
- Finalisation du premier projet EAC au long cours depuis plusieurs années « L'Aventure à Rabelais »
- Reprise des résidences en collège via le projet « Racine en Chantier »
- Participation au projet de territoire 100% EAC Saint-Brieuc/Guingamp avec La Passerelle, (Saint-Brieuc), Gwinzegal, le Théâtre du Champ au Roy (Guingamp)

II.3. SENSIBILISER ET TRANSMETTRE

ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE

L'AVENTURE À RABELAIS AVEC DA SILVA

- Fin du projet « L'Aventure à Rabelais » avec Da Silva au lycée Rabelais de Saint-Brieuc et initié en 2018
- Financé par la DRAC Bretagne et le Conseil régional de Bretagne
- Mise en musique des textes de 30 élèves de 1^{ère} ES écrits avec le professeur de français dans un studio d'enregistrement installé dans le lycée
- Réalisation de 6 morceaux
- Restitution le 25 avril 2019 dans la Grande salle de Bonjour Minuit devant 300 spectateurs



<u>Visionner le mini-documentaire</u> <u>« L'Aventure à Rabelais »</u> Réalisé par Films à l'Ouest Productions

RACINE EN CHANTIER AVEC OCTAVE NOIRE

- Lancement du projet avec Octave Noire en résidence au collège Racine de Saint-Brieuc qui se clôturera en 2020
- Financé par la DRAC Bretagne et le Conseil départemental des Côtes d'Armor
- Résidence de 3 jours au sein du collège
- Travail d'écriture avec 21 élèves d'une classe de 4ème
- Restitution le 9 avril 2020 sur la scène de Bonjour Minuit

ATELIERS DE MAO AVEC ALTER REAL

- Projet élaboré avec l'association éducative et coopérative du collège Jean Macé de Saint-Brieuc avec Xavier Laporte (Alter Real), artiste accompagné
- Croisement entre les missions d'accompagnement et d'EAC
- 24h d'ateliers MAO pour 22 élèves de 3ème
- Présentation des compositions des élèves devant parents et professeurs le 7 juin 2019 dans le Club de Bonjour Minuit

Bilan complet de l'EAC

II. 4. AFFIRMER L'ENGAGEMENT TERRITORIAL ET CITOYEN

TRAVAIL EN RÉSEAU

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Partenariats plus affirmés avec les acteurs culturels du département
- Poursuite du travail au sein du réseau breton ApresMai
- Participation au Conseil National du SMA et lien avec les adhérents bretons du syndicat
- Suivi du chantier national autour de l'égalité femmes/hommes de la FEDELIMA

Bonjour Minuit a un rôle primordial au sein des coopérations locales et sectorielles. En 2019, l'accent a particulièrement été mis sur le travail avec les structures culturelles du département . Cela a permis la co-construction de projets autour de la diffusion, de l'accompagnement et de l'action culturelle.

Au niveau régional, le directeur de Bonjour Minuit a particulièrement été investi au sein du comité de pilotage de l'espace de coopération pour les musiques actuelles en Bretagne initié par AprèsMai, Bretagne(s) World Sounds et la Maison des Producteurs

- Développement des partenariats avec les acteurs culturels costarmoricains: Art Rock, Carnavalorock, Complet'Mandingue, Melrose, le Labo, Holyjuice, Radio Activ', la Passerelle, Gwinzegal, Théâtre du Champ au Roy, écoles de musiques actuelles de Saint-Brieuc Armor Agglomération, etc.
- Participation des salariés de Bonjour Minuit aux groupes de travail administration, production mutualisée, communication et action culturelle d'ApresMai
- Participation du directeur de Bonjour Minuit au comité de pilotage de l'espace de coopération pour les musiques actuelles en Bretagne et participation au recrutement du coordinateur
- Accueil d'une réunion de présentation de la démarche de coopération régionale le 27 juin 2019
- Participation du directeur de Bonjour Minuit au Conseil National du SMA

II. 4. AFFIRMER L'ENGAGEMENT TERRITORIAL ET CITOYEN

BONJOUR MINUIT, LIEU DE DIALOGUE ET DE VIE

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Organisation de la deuxième édition de la fête de rentrée mi-septembre « Happy Day #2 »
- Lancement de temps réguliers afterwork gratuits : 8 soirées apéro mix sous la direction artistique de Julien Tiné
- Travail autour de l'accueil des publics malentendants
- Refonte du site Internet tenant compte des problématiques d'accessibilité
- Poursuite d'une politique tarifaire adaptée et modulaire

L'accueil du public du quartier du Point du Jour est un des objectifs primordiaux de Bonjour Minuit. Située dans un quartier qui manque de lieux de vie, l'ouverture de l'équipement lors de temps gratuits (Kamehameha Club, Happy Day, etc.) est un enjeu important.

Afin de n'exclure aucun public, Bonjour Minuit a maintenu sa politique tarifaire basse et modulaire selon les publics. Cependant, le travail autour de l'accueil des publics malentendants a été reporté en 2020.

RÉALISATIONS 2019

- Environ 400 personnes ont participé à la deuxième édition de Happy Day le 14 septembre place Nina Simone et dans l'équipement (concerts, jeux, visites, karaoké, expositions, etc.) Retour sur cette journée en vidéo
- 8 éditions des afterworks Kamehameha Club avec programmation de DJ's locaux et entrée libre
- Maintien de la politique tarifaire mise en place en 2018 : sauf exception
 (2 en 2019 pour Perturbator et Miossec) :
- Grde salle 16€ tarif plein,

13€ prévente

10€ adhérents, bénéficiaires de minima sociaux et - 23 ans

5€ étudiants agglo

Club 10€ tarif plein,

8€ prévente

5€ adhérents, bénéficiaires de minima sociaux et - 23 ans

3€ étudiants agglo

Tarifs réduits accessibles les soirs de concerts depuis 2019



III.1. MOYENS HUMAINS

MODE DE GOUVERNANCE ET FONCTIONNEMENT ASSOCIATIF

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Maintien de la fréquence des réunions d'instances associatives (CA et bureau) et lien plus affirmé avec les salariés
- Recrutement de nouveaux dirigeants associatifs
- Organisation de 3 soirées de présentation des missions de bénévoles et d'une soirée de remerciements

Le renouvellement des instances associatives était un des enjeux de l'année 2019. Avec un renouvellement de moitié du conseil d'administration et l'arrivée de 5 nouveaux membres dans le bureau, cet objectif est totalement rempli.

Nous avons organisé une soirée de remerciement des bénévoles en juin mais n'avons pas pu mettre en place les soirées à destination du recrutement de nouveaux bénévoles. Celles-ci reprendront en 2020.

- 657 adhérents (519 adhérents uniques) en 2019, 459 pour la saison 2018/2019 contre 437 en 2017/2018
- 3 départs et 6 arrivées au sein du Conseil d'administration de l'association portant son nombre à 12 (contre 9 en 2018)
- Bureau au complet avec 6 membres, moyenne d'âge en baisse par rapport à 2018 et, en lien avec un objectif de représentativité, deux femmes résidant dans le quartier s'y sont engagées.
- Fréquence d'un CA par trimestre maintenue
- Organisation d'une soirée de remerciement des bénévoles
- Mise en place de formations à destination des bénévoles associatifs sur la gestion d'association, la responsabilité des dirigeants associatifs, le service au bar, la sécurité des établissements recevant du public et la communication

III.1. MOYENS HUMAINS

MODE DE GOUVERNANCE ET FONCTIONNEMENT ASSOCIATIF

Administrateurs de l'association au 31 décembre 2019

BUREAU DE BONJOUR MINUIT

- Monsieur BESQUEUT Michaël Président
- Madame BELLET Angélique Vice-Présidente
- Monsieur SAVARY Jacky -Trésorier
- Monsieur JOUFFE Eric Trésorier adjoint
- Madame REBOURS Adeline Secrétaire
- Monsieur GROSSET Christophe Secrétaire adjoint

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE BONJOUR MINUIT

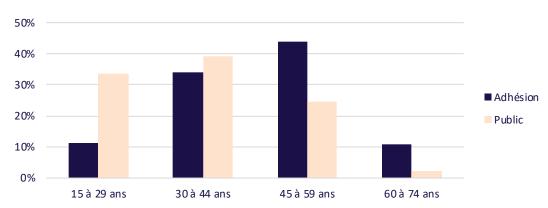
- Madame CALVARY Annie
- Madame GUYON Lucile
- Monsieur VARIN Dimitri
- Monsieur TREBAULT Jean-Marc
- Monsieur DANIEL Christian
- Monsieur LE GOURRIELLEC Gilles

III.1. MOYENS HUMAINS

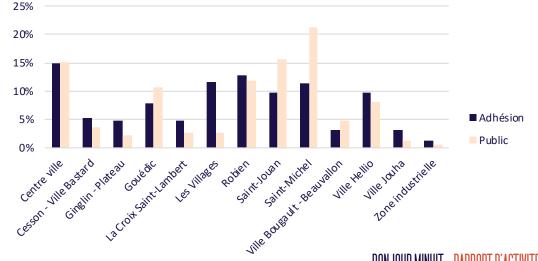
MODE DE GOUVERNANCE ET FONCTIONNEMENT ASSOCIATIF

PROFIL-TYPE DE L'ADHÉRENT E DE BONJOUR MINUIT

- Forte proportion d'hommes (70% contre 66% en 2018)
- Essentiellement originaire des Côtes d'Armor et de l'agglomération de Saint-Brieuc
- Moyenne d'âge de 45 ans (idem à 2018), plus élevée que celle du public moyen (36 ans)
- Très forte disparités entre adhésions et public : 15-29 ans sousreprésentés dans les adhésions mais très présents dans le public (politique tarifaire avantageuse sans adhésion pour les - de 23 ans), a contrario beaucoup d'adhérents de plus de 60 ans mais peu en public
- Public des Villages qui adhère plus qu'il n'assiste aux concerts







III.1. MOYENS HUMAINS

GESTION HUMAINE ET MANAGEMENT

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Mise en œuvre de la GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et Compétences)
- Organisation de l'équipe permanente

La refonte de la politique RH était un enjeu interne extrêmement important. En 2019, Bonjour Minuit a rattrapé le retard accumulé par une longue période de vacance de direction. Ainsi, des entretiens professionnels ont été réalisés pour la première fois à destination de l'intégralité de l'équipe salariée. Ceux-ci ont permis de mettre en œuvre

un véritable plan de formation, notamment à destination de salariés permanents n'en ayant jamais bénéficié.

La structure a profité d'un accompagnement RH de la part de Profilculture. Cet accompagnement, qui s'achèvera en 2020, a notamment facilité la mise en place du CSE de la structure avant la fin de l'année 2019. Cette entité, qui remplace les représentants élus du personnel dans l'entreprise sera notamment l'interlocutrice pour la négociation d'accords d'entreprise encadrant l'organisation du travail dans la structure.

- Embauche d'une programmatrice en avril 2019 portant l'effectif permanent à 11 salariés pour 10,7 ETP)
- Accompagnement RH lancé avec Profilculture
- Entretiens professionnels réalisés pour l'intégralité de l'équipe
- Création du comité social et économique (CSE) de Bonjour Minuit
- Mise en œuvre d'un plan de formation

III.2. MOYENS FINANCIERS ET MATÉRIELS

MOYENS TECHNIQUES

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Écriture d'un projet technique et dépôt de dossiers de financement pour l'investissement en matériels techniques
- Réalisation des travaux urgents : couverture d'une partie du patio, rénovation de la cuisine, déménagement de l'espace de restauration
- Réalisation d'une fresque sur les murs extérieurs de l'équipement

RÉALISATIONS 2019

- Projet d'investissement rédigé fin 2019 et déposé en 2020
- Déplacement de l'espace de restauration au rez-de-chaussée de l'équipement pour des raisons de sécurité, d'accessibilité et d'hygiène
- Rédaction d'un dossier reprenant les projets de travaux envisagés

Le matériel technique dont nous disposons a en grande partie été acquis à l'ouverture de la Grande salle en 2009. Afin de répondre aux besoins des productions actuelles, de faciliter l'ergonomie du travail des techniciens et de continuer à s'inscrire dans une démarche globale de développement durable, l'achat de nouveaux équipements a été budgété en 2019 pour une acquisition en 2020.

Par ailleurs, plusieurs travaux seraient souhaitables dans le bâtiment afin d'en améliorer le confort et l'ergonomie (réaffectation de l'ancienne salle de réunion en bureaux, modification de l'accueil public, couverture du patio, agrandissement de la réserve du bar, etc.). En 2019, nous avons réalisé nous-mêmes les travaux dans l'ancien espace cyber transformé en salle de restauration.

III.3. RAYONNEMENT

VISIBILITÉ

RAPPEL DES OBJECTIFS 2019

- Réunions du comité de pilotage en charge du dossier du changement de nom
- Refonte de la charte graphique et communication « évènementielle » liée au changement de nom
- Déploiement d'une stratégie web plus affirmée en lien avec l'ouverture de la plateforme de billetterie et le nouveau site Internet de la structure

L'année 2019 a été une année de bouleversements pour la communication de la salle : le changement d'identité et de ligne artistique, ainsi que la mise en œuvre du nouveau projet sont autant de facteurs qui ont fait de cette année une période hors normes et fortement perturbée pour la communication de la SMAC de Saint-Brieuc.

RÉALISATIONS 2019

- 7 réunions du comité de pilotage du changement de nom
- Réflexion globale autour de la nouvelle identité de la structure et rédaction d'un nouveau plan de communication pour Bonjour Minuit
- Accompagnement par l'agence Murmure pour la création de l'identité de marque de Bonjour Minuit
- Travail avec Culotte Graphics pour l'identité de saison et inscription du partenariat dans la durée
- Poursuite des partenariats médias essentiellement régionaux
- Présence web maintenue

En 2019, les impératifs budgétaires ont fixé le cadre pour tous les choix de communication. S'y est ajouté l'un des plus gros défis de communication auxquels une structure peut être confrontée, à savoir le renouvellement de sa marque.

Dans ce contexte périlleux, la méthodologie adoptée par l'association et sa volonté de transparence ont permis de susciter l'intérêt du public : c'est ce que montrent toutes les statistiques de lecture à disposition. De plus, le risque de rupture ou de confusion semble avoir été évité avec une continuité dans la réception des supports et dans l'audience de ses outils numériques.

III.3. RAYONNEMENT

VISIBILITÉ

CHANTIER DE LA NOUVELLE IDENTITÉ

- Présent dans le projet artistique et culturel du directeur
- Travail avec La Petite Mécanique, dans une démarche de réflexion collective et accompagnée
- Constitution d'un comité de pilotage représentant les différentes parties faisant fonctionner l'équipement : la Vice-présidente de l'association et la chargée de communication (équipe gestionnaire), le directeur des affaires culturelles de la Ville (partenaires), une adhérente (usagers), un membre du Conseil citoyen des Villages (riverains)
- 5 noms proposés au vote du CA

Il a été décidé de dévoiler cette nouvelle identité lors de l'Assemblée générale annuelle : le 21 mai, une conférence de presse a été organisée en fin d'après-midi, en présence de partenaires publics, professionnels et culturels locaux. Ensuite, cette identité a été présentée aux adhérents lors de l'AG et simultanément rendue publique sur les réseaux sociaux et sur le site web de la salle.

La présentation de la nouvelle identité de la salle a ainsi été, sans surprise, l'événement le plus marquant de la communication 2019 : les statistiques de consultation du site web, des réseaux sociaux, des mailings, montrent bien le fort impact de ce rendez-vous tout comme l'intérêt du public et des partenaires.

POURQUOI BONJOUR MINUIT?

- Pour évoquer le Point du Jour : trente ans d'existence et une histoire forte avec son quartier des Villages, une correspondance au long cours que l'équipe a jugé nécessaire de conserver dans cette nouvelle identité. Le thème du jour fait référence à la MJC du Point du Jour et dessine la continuité de l'histoire du bâtiment.
- Pour se retrouver de jour comme de nuit : les deux faces du projet en action. En journée, être une bulle de vie pour le quartier, travailler avec les publics des milieux scolaire / hospitalier / carcéral, accueillir les artistes en résidence ou en répétition. La nuit, ouvrir les deux scènes pour vivre ensemble une expérience forte, nourrie de performances sans pareil.
- Pour redécouvrir la salle de Saint-Brieuc : toute nouvelle rencontre démarre par une salutation! Avec cette expression bienveillante souhaitant un jour favorable, le nom marque aussi une forte volonté d'engager la conversation avec son territoire et d'ouvrir ses portes.
- Pour dire au revoir à La Citrouille : tout en prenant en compte l'attachement du quartier pour son identité précédente, faire un clin d'oeil à la transformation de La Citrouille et sa nouvelle vie.
- Pour saluer Nina Simone : Lady Midnight, compilation sortie en 1987, est la pièce du puzzle qui complète l'association de la salle à sa localisation, la bien-nommée Place Nina Simone. Icône puissante et légendaire, saluons celle qui est une figure majeure de la scène musicale contemporaine.

Bilan complet du changement d'identité

III. PILOTAGE ET RAYONNEMENT

III.3. RAYONNEMENT

VISIBILITÉ

GRAPHISME, SUPPORTS ET DIFFUSION

- 2 périodes : graphisme par Jhulyus de janvier à juin dans la continuité du trimestre septembre-décembre 2018 et par Culotte Graphics de septembre à décembre 2019
- Prise en compte du nouveau rythme de communication par année civile découpée en 5 cycles dès janvier 2020 donc période « flottante » sur septembre-décembre 2019 en attendant la réelle refonte graphique en 2020
- Changements dans les supports print : flyer en 2 volets et agrandissement du format du programme
- Diffusion des supports print par notre factotum mais partenariats avec prestataires extérieurs pour dates à envergure régionale

L'année 2019 a été une année de transition importante pour les supports : changement de prestataire graphique, préparation au calendrier 2020, changement des formats... En résulte une identité graphique décousue mais aussi un territoire de distribution élargi en fonction des besoins.

Bilan complet graphisme, supports et diffusion

MÉDIAS ET PUBLICITÉ

- Achat d'encarts dans les gratuits culturels régionaux (Ty Zicos, Bikini, Wik Rennes et Cri de l'Ormeau)
- Partenariat Infoconcert avec l'envoi à chaque trimestre d'une newsletter géolocalisée
- Campagne de 36 spots radio sur Virgin Saint-Brieuc diffusée pendant 6 jours, du 25 au 31 octobre pour promouvoir la Nuit electro du 02 novembre
- 3 partenariats médias au long de l'année : Radio Activ', CobFM et OuiFM

Dans l'ensemble, les relations entre Bonjour Minuit et les médias sont positives : avec de solides bases en local et quelques collaborations spécialisées en régional, les partenariats et le traitement de la salle amènent une stabilité. A l'échelle nationale en revanche, la salle est inexistante et les quelques concours menés ont de très faibles résultats.

Bilan complet médias et publicité

WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX

- 2 périodes : lacitrouille.bzh jusqu'à l'été puis bonjour-minuit.fr
- 51 545 pages vues (dont 42 230 vues uniques) pour un temps moyen passé sur la page de 1 mn 11 sur lacitrouille.bzh
- Moyenne de 25% de taux d'ouverture de notre newsletter, au-dessus de la moyenne du secteur d'activité
- Audience de 10012 personnes sur Facebook contre 9155 en 2018

Les supports numériques, qu'ils soient site web ou réseaux sociaux, ont subi une forte transformation en milieu d'année pour suivre le changement d'identité de la salle. Il n'y a pas eu de rupture des usages ou de perte d'audience ; les publics ont accompagné le passage de La Citrouille à Bonjour Minuit et ont manifesté un fort intérêt lorsque la structure a pris la parole sur ses choix associatifs.

RAPPORT FINANCIER 2019



INTRODUCTION

UNE GESTION BUDGÉTAIRE TRANSFORMÉE

2019 est le premier exercice complet à s'inscrire dans le cadre de la Convention Pluriannuelle d'Objectifs (CPO) pour la période 2019-2022, co-signée par L'État-DRAC Bretagne, la Région Bretagne, le Département des Côtes d'Armor, la Ville de Saint-Brieuc et notre association, marquant ainsi une première étape importante dans la réalisation du nouveau projet artistique et culturel de Bonjour Minuit.

Avec une équipe de salarié·e·s permanent·e·s restructurée pour permettre la mise en œuvre opérationnelle des axes de développement de notre projet pour la Scène de Musiques Actuelles (SMAC) de Saint-Brieuc, cette année marque la fin d'une période de transition pour installer un nouveau modèle de fonctionnement, validé par un résultat comptable positif : + 20 992 € au 31 décembre 2019.

Nos charges de personnel sont en hausse par rapport à 2018, en bonne partie due à la vacance du poste de directeur sur la moitié de l'exercice précédent. Mais surtout, nous assurons désormais à l'ensemble de nos salarié·e·s les rémunérations normalement justifiées par leurs compétences et leurs responsabilités, telles qu'elles sont prévues par notre convention collective, et nous concluons 2019 avec 100% de nos salarié·e·s permanent·e·s embauché·e·s en Contrat à Durée Indéterminée (CDI).

La hausse de nos subventions de fonctionnement en 2019 par rapport à 2018, appuie le regain de confiance de l'ensemble de nos partenaires publics (le montant global de nos subventions était en baisse depuis 2014), et bien que la part des subventions dans notre budget ait augmentée depuis 2016 passant de près de 70 à 80%, les dépenses globales de la structure ont diminué de plus de 200 000€ ces trois dernières années.

L'augmentation de la part de nos ressources propres est donc un enjeu important pour nous assurer une meilleure résistance en cas de bouleversement des politiques publiques en notre défaveur, et bien que les solutions soient peu nombreuses, nous avons dès cette année réussi à augmenter le nombre de nos adhérents, développer la location de salles et améliorer le pourcentage de marge au bar.

La diminution de certaines ressources cette année, notamment en billetterie, est à relativiser en regard de la baisse des dépenses liées à l'activité de diffusion : nous développons une programmation plus ambitieuse tournée vers l'émergence, avec une prise de risque plus importante. Nous modifions l'image de la structure aux yeux du public historique de la salle, tout en parvenant à maintenir un socle important de spectateur et en développant de nouveaux publics. Mais surtout, nous dépensons moins (en artistique, en technique et en accueil) et parvenons ainsi à enregistrer moins de pertes qu'auparavant sur l'activité de diffusion malgré la baisse de nos recettes de billetterie.

Bien entendu, ces efforts seront à confirmer ces prochaines années et nous devrons malgré tout nous employer à améliorer le rendement de la billetterie, comme à convaincre de nouveaux mécènes, et développer de nouvelles activités rémunératrices (par exemple : petite restauration, formations professionnelles, prestations diverses, ...).

Mais l'ensemble de ces choix éprouvés au fil de l'année 2019, nous ont permis d'obtenir un résultat positif, et ce résultat nous conforte dans la direction que nous avons prise, vers un modèle différent, que nous souhaitons plus vertueux, dans lequel l'équilibre budgétaire est avant tout mesuré à l'aune d'objectifs qualitatifs préalablement établis en concertation avec nos partenaires et que nous tâchons aujourd'hui d'assumer pleinement.

Pour rappel : - 31 058 € de résultat en 2018 et - 21 084 € de résultat en 2017.

BUDGET 2019 REALISE

CHARGES	2019 2018			PRODUITS	2019		2018	
ACHATS	147 268 €	19%	177 825 €	22%	VENTES	126 945 €	16%	127 928 € 16%
SERVICES EXTÉRIEURS	41 850 €	5%	50 746 €	6%	SUBVENTIONS	630 693 €	79,6%	571 891 € 72,8%
AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS	99 958 €	13%	103 688 €	13%	AUTRES PRODUITS	8 467 €	1%	8 581 € 1%
IMPÔTS & TAXES	25 638 €	3%	28 127 €	3%	PRODUITS FINANCIERS, PRODUITS EXCEPTIONNELS, REPRISES, PROVISIONS & TRANSFERT DE CHARGES	26 043 €	3%	76 718 € 10%
CHARGES DE PERSONNEL	432 170 €	56%	394 821 €	48%				
AUTRES CHARGES	689 €	0%	479 €	0%				
CHARGES FINANCIÈRES, CHARGES EXCEPTIONNELLES, DOTATIONS & PROVISIONS	23 583 €	3%	60 490 €	7%				
TOTAL	771 156 €		816 176 €		TOTAL	792 148 €		785 118 €
Résultat								-31 058 €

DÉTAILS DES RECETTES ET ÉVOLUTION

Les recettes globales s'élèvent à 792 148 € en 2019 contre 785 118 € en 2018. Plus spécifiquement, nos produits de fonctionnement, c'est-à-dire les subventions et l'ensemble des recettes générées en cours d'année par nos actions (ventes de prestations, billetterie, bar, partenariats, ...) sont en hausse de +57 105 € (765 818 € contre 708 713 en 2018, soit +8,1%)

SUBVENTIONS

	2019		2018	
État - DRAC - Fonctionnement	105 000 €	13%	105 000 €	13%
État - Autres	36 657 €	5%	7 022 €	1%
Conseil Régional de Bretagne - Fonctionnement	57 000 €	7%	53 000 €	7%
Conseil Regional de Bretagne - Autres	5 718 €	1%	5 429 €	1%
Conseil Départemental des Côtes-d'Armor - Fonctionnement	90 000 €	11%	55 000 €	7%
Conseil Départemental des Côtes-d'Armor - Autres	0€	0%	30 000 €	4%
Agglomeration de Saint-Brieuc	2 935 €	0%	905 €	0%
Ville de Saint-Brieuc - Fonctionnement	300 000 €	38%	300 000 €	38%
Ville de Saint-Brieuc - Autres	15 000 €	2%	0€	0%
Aides SACEM	11 500 €	1%	10 000 €	1%
Aides CNV	14 692 €	2%	14 012 €	2%

L'essentiel de la hausse de nos produits de fonctionnement par rapport à 2018 provient d'une hausse générale de nos subventions d'exploitation : + 58 802 €

Dans ces subventions d'exploitation, une partie non-soumise à la réalisation d'une action spécifique est attribuée en soutien du fonctionnement global de la structure (on parle alors de « subvention de fonctionnement »).

Variations des subventions de fonctionnement par rapport à 2018 :

- État Ministère de la Culture FONPEPS : + 7 500 € (aide à l'emploi sur le nouveau poste de Chargée de programmation)
- Conseil Régional de Bretagne : + 4 000 €
- Conseil Départemental des Côtes d'Armor : + 5 000 €
- Ville de Saint-Brieuc : + 15 000 €, fléchés sur l'Éducation Artistique et Culturelle (EAC)

Soit + 31 500 € de subventions de fonctionnement par rapport à 2018.

Un montant de 27 302 € de subventions d'exploitation supplémentaires (46,4 % de l'augmentation) relève donc d'appels à projet et ne contribuent pas directement au fonctionnement de la structure. La part des subventions d'exploitation dans le financement de la structure passe de 72,8 % en 2018 à 79,6 % en 2019.

Et plus spécifiquement, la part des subventions dites « de fonctionnement » passe de 65,3 % en 2018 à 70,6 % en 2019

DÉTAILS DES RECETTES ET ÉVOLUTION

AUTRES RECETTES

VENTES

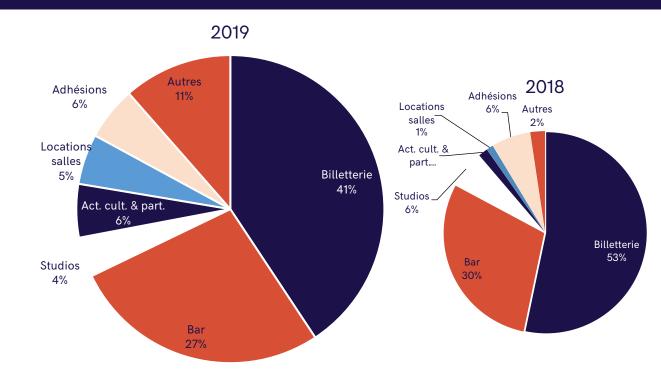
	2019	2018		
Billetterie	55 109 €	7%	72 760 €	9%
Recettes de Bar	36 774 €	5%	40 294 €	5%

AUTRES PRODUITS

	2019	2018		
Adhésions	7 607 €	1%	8 555 €	1%

PRESTATIONS (DÉTAIL)

	2019	2018	Évolution
Billetterie	55 109 €	72 760 €	-24,30%
Bar	36 774 €	40 294 €	-8,70%
Studios	5 646 €	8 107 €	-30,40%
Actions cult & Part.	7 600 €	2 056 €	269,60%
Location salles	7 165 €	1 500 €	377,70%
Adhésions	7 607 €	8 555 €	-11,10%
Autres	15 511 €	3 236 €	379,30%



Principales variations des recettes par rapport à 2018 :

- Billetterie : -17 651 €, à relativiser notamment par la baisse des achats de concerts (-27 514 €).
- Studios : -2 461 €
- Location de salle : +5 665 €
- Actions culturelles, partenariats et prestations : +16 984 €

DÉTAILS DES RECETTES ET ÉVOLUTION

AUTRES RECETTES (SUITE)

MARGE DU BAR

	2019	2018	Évolution
Ventes de marchandises	36 774 €	40 294 €	- <i>8,70</i> %
Achats consommés	16 113 €	21 131 €	-23,70%
Marge sur négoce	20 661 €	19163 €	7,80%
Taux de marge sur négoce	56,18%	47,56%	8,63%

CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES

	2019	2018	Évolution
Bénévolat	37 101 €	58 332 €	-36,40%
Prestations en			4.20%
nature	161 646 €	155 149 €	4,2070
Dons en nature	0 €	0 €	

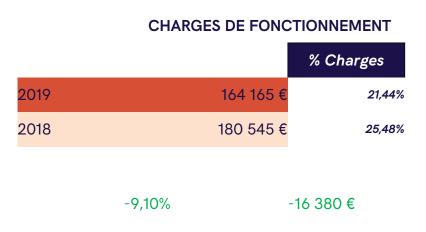
Les contributions volontaires (bénévolat et aides en nature) sont très nettement en baisse, en particulier le bénévolat (37 101€ valorisés en 2019 contre 58 332 € en 2018, soit - 36%).

Avec une équipe permanente désormais opérationnelle, les membres du Conseil d'administration engagés dans la restructuration du projet associatif depuis 2017 ont pu nettement diminuer l'investissement de leur temps personnel, poursuivant ainsi la baisse constatée en 2018.

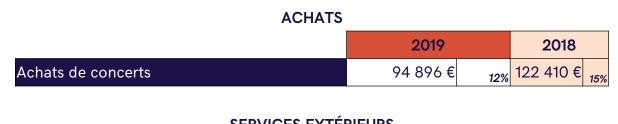
DÉTAILS DES CHARGES DE FONCTIONNEMENT ET ÉVOLUTION

L'ensemble de nos charges 2019 est en très nette baisse par rapport à 2018 : 771 156 € contre 816 176 € l'année précédente (-45 020 €). Quasiment tous les comptes de charges affichent des montants inférieurs à l'année précédente (achats, services & impôts). Nos charges courantes de fonctionnement à proprement parler (tous frais inhérents au bon fonctionnement de la structure) sont en baisse de 16 380 €.

CHARGES COURANTES, SOUS-TRAITANCE ET PERSONNEL EXTÉRIEUR





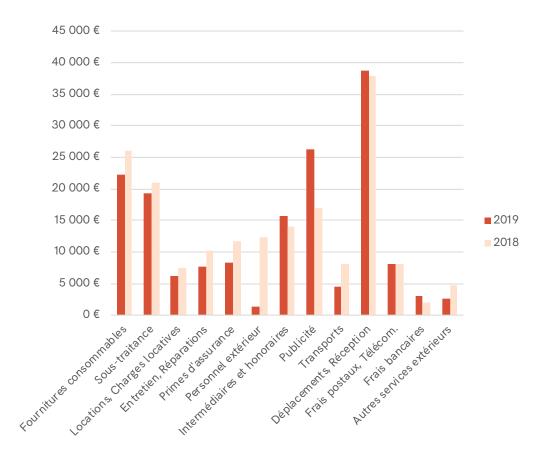


SERVICES EXTERIEURS							
	2019	2018					
Sécurité événements	16 684 €	2%	17 820 €	2%			
Locations technique événements	3 083 €	0%	4 757 €	1%			

DÉTAILS DES CHARGES DE FONCTIONNEMENT ET ÉVOLUTION

CHARGES COURANTES, SOUS-TRAITANCE ET PERSONNEL EXTÉRIEUR (SUITE)

	2019	2018	Évol. N-1
Fournitures consommables	22 356 €	26 110 €	-14,4%
Sous-traitance	19 379 €	20 955 €	-7,5%
Locations, Charges locatives	6 132 €	7 522 €	-18,5%
Entretien, Réparations	7 756 €	10 244 €	-24,3%
Primes d'assurance	8 297 €	11 599 €	-28,5%
Personnel extérieur	1 283 €	12 291 €	-89,6%
Intermédiaires et honoraires	15 675 €	13 951 €	12,4%
Publicité	26 333 €	17 017 €	54,7%
Transports	4 505 €	8 079 €	-44,2%
Déplacements, Réception	38 705 €	37 933 €	2,0%
Frais postaux, Télécom.	8 178 €	8 205 €	-0,3%
Frais bancaires	2 995 €	1 969 €	52,1%
Autres services extérieurs	2 572 €	4 670 €	-44,9%
TOTAL	164 166 €	180 545 €	-9,1%



DÉTAILS DES CHARGES DE FONCTIONNEMENT ET ÉVOLUTION

CHARGES COURANTES, SOUS-TRAITANCE ET PERSONNEL EXTÉRIEUR (SUITE)

Parmi ces dépenses en baisse générale, certains postes présentent une hausse significative liée au développement de nos moyens de vente au bar et de la communication générale de la structure et de ses projets.

- La hausse des frais bancaires est principalement liée à la fourniture de nouveaux terminaux de paiement pour le bar et l'accueil, permettant le paiement sans contact par carte bancaire et contribuant ainsi au meilleur rendement du bar.
- Nous avons cette année augmenté le budget communication de 6 420 €, passant de 15 360 € en 2018 à 21 780 € en 2019, incluant 2 000 € environ d'accompagnement pour le changement de nom. À ce budget revalorisé, nous avons exceptionnellement ajouté 4 000 € supplémentaires pour la création et le lancement de notre nouvelle identité graphique.

Les principales baisses de charges de fonctionnement concernent :

- Les fournitures, la sous-traitance, les locations et l'entretien : près de 9 208 € de dépense en moins par rapport à 2018 grâce à une veille rigoureuse des budgets et une recherche d'économies systématique auprès de nos fournisseurs
- Transport du personnel et missions : 3 574 €
- Prime d'assurance : 3 302 €
- Personnel extérieur : 11 008 € (correspondant principalement à la fin de la mission de « l'Autre idée » sur l'accompagnement de la structure dans l'évolution de son projet associatif)
- Les impôts et taxes sont également en baisse 2 489 €, en partie du fait d'une TVA moins importante sur nos subventions, car moins soumise à la diffusion de concerts par nos partenaires publics.
- Enfin, plus spécifiquement, cette tendance à la baisse est particulièrement marquée sur l'ensemble des charges directement liées à la diffusion de concerts (achats de concerts, sécurité et locations, notamment) : globalement -30 324 € environ, en bonne partie due à la recherche constante des meilleurs conditions tarifaires par les salarié·e·s en charge du suivi des budgets techniques et artistiques.

DÉTAILS DES CHARGES DE FONCTIONNEMENT ET ÉVOLUTION

CHARGES DE PERSONNEL



		Évol N-1	%	Produits	% Produits
2017	550 721 €			978 087 €	56,3%
2018	394 821 €	-155 900 €	-28,3%	785 118 €	50,3%
2019	432 170 €	37 349 €	9,5%	792 148 €	54,6%

Les charges de personnel sont en nette hausse par rapport à 2018.

Comme évoqué en préambule, l'effectif permanent de la structure a été complété par l'embauche d'une programmatrice à temps plein en avril 2019, et la grande majorité de l'équipe a été salariée à temps plein sur toute la durée de l'exercice.

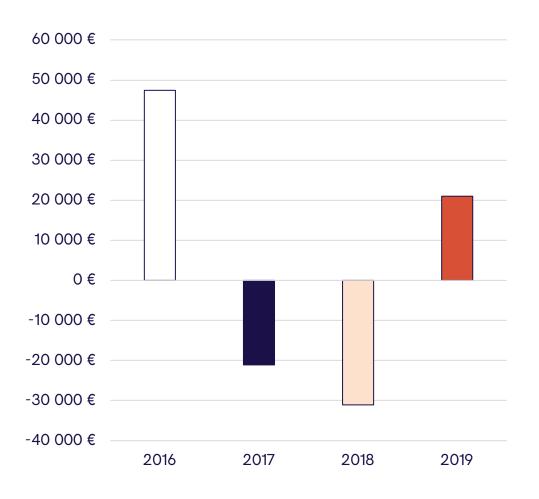
À contrario, en 2018, les postes de directeur, d'administrateur, de régisseur général et de chargée de communication sont restés vacants une bonne partie de l'année.

À noter également que, malgré une hausse importante de + 37 349 € par rapport à 2018, les charges de personnel 2019 restent bien inférieures à celles enregistrées en 2017 (-118 551 € par rapport à cette année là).

Les charges de personnel représentent désormais 54,6 % de notre budget.

ANALYSE DU RESULTAT

RÉSULTAT DE L'EXERCICE



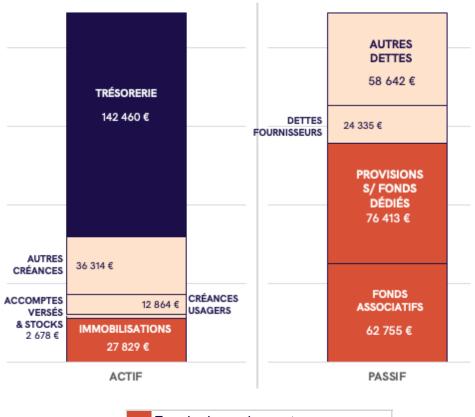
L'ensemble des salarié·e·s de Bonjour Minuit a travaillé dur pour accomplir nos objectifs artistiques et culturels, pérenniser nos financements et les développer, tout en maitrisant nos dépenses en portant une attention constante et précieuse de chacune et chacun à veiller au bon équilibre budgétaire des projets.

Nous sommes donc fiers de présenter un budget réalisé excédentaire, après deux années consécutives de résultats déficitaires : + 20 992 € au 31 décembre 2019.

		Évol N-1	%	% Produits	Produits
2016	47 400 €			4,6%	1 020 679 €
2017	-21 084 €	-68 484 €	-144,5%	-2,2%	978 087 €
2018	-31 058 €	-9 974 €	-47,3%	-4,0%	785 118 €
2019	20 992 €	52 050 €	167,6%	2,7%	792 148 €

ANALYSE DU RESULTAT

BILAN AU 31/12/2019

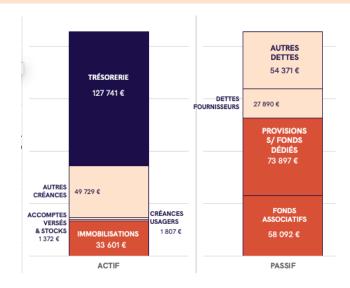


Fonds de roulement

Excédent en fonds de roulement

Trésorerie

BILAN 2018



La révision des échéances de versement de nos aides annuelles au fonctionnement auprès de chaque partenaire nous a permis d'assurer le maintien de nos disponibilités bancaires et notre trésorerie est sécurisée sur toute la durée de l'exercice.

Notre résultat 2019 à l'équilibre casse la tendance déficitaire des deux précédents exercices, et nous permet ainsi de revaloriser nos fonds de roulement à la hausse. Avec une capacité d'autofinancement entamée par les deux précédents résultats négatifs, il convient de poursuivre les efforts engagés dès la fin d'année 2018 et reproduire en 2020 et les années suivantes un résultat équivalent ou supérieur à 2019. Il s'agit par-là de garantir la sécurité du projet associatif, en se donnant les moyens de faire face aux divers imprévus et d'assumer les nécessaires investissements à venir.

PERSPECTIVES ET BUDGET PREVISIONNEL 2020

PERSPECTIVES 2020

Le budget prévisionnel 2020 a été construit en prenant compte des projections budgétaires annexées à la CPO, déclinées jusqu'en 2022 et présentant une base de dépenses et recettes minimum nécessaire au bon fonctionnement de la structure et à l'accomplissement de nos missions et objectifs en plein développement.

Ce budget estimé à 881 045 € (+88 897 € par rapport à 2019), reste bien en-dessous du million régulièrement atteint avant 2016, et incite à poursuivre nos efforts de rationalisation des dépenses. Mais 2020 doit avant tout marquer le lancement de nouveaux chantiers de mobilisation de financements complémentaires (mécènat, développement des locations et prestations diverses, optimisation de l'exploitation du bar et augmentation des recettes de billetterie, notamment), indispensables pour renouveler durablement l'équilibre budgétaire sur les exercices à venir.

L'augmentation budgétaire prévue correspond à une montée en puissance du projet artistique et culturel avec la mobilisation de moyens nouveaux pour la création artistique et l'accompagnement d'artistes émergents, la communication et la diffusion de concerts.

Nous prévoyons également l'embauche d'un e régisseur se plateau, renfort nécessaire en technique au regard de la charge de travail constatée en 2019.

Note: Ce bilan financier, la réalisation du budget prévisionnel 2020 et les perspectives présentées, se basent sur des résultats constatés et des prévisions réalisées en tout début d'année. Depuis, la crise sanitaire liée au Covid-19 a très largement chamboulé l'organisation générale de la structure. Nos projections budgétaires sont donc en cours d'actualisation et prendront en compte l'ensemble des nouveaux éléments contextuels : annulation des concerts (et baisse mécanique des dépenses et recettes qui leurs sont liées), baisse prévisible des locations de salle et autres ventes de prestations, remise en question du mécénat, notamment.

Il est important également de noter que les subventions attendues, et pour lesquelles nos demandes s'étaient appuyées sur les projections budgétaires annexées à la CPO et validées par l'ensemble de nos partenaires publics, ne seront pas réunies à la hauteur des montants espérés. L'État - DRAC reconduit son financement de 2019 (+3 000 € étaient initialement prévus pour 2020), de même pour la Région Bretagne (+2 000 € étaient prévus). Concernant la Ville de Saint-Brieuc, principal partenaire financier, une attribution de 305 000€ a d'ores et déjà été votée, soit 10 000 € de moins qu'en 2019, là où nous comptions sur une augmentation de 15 000 € pour un total de 330 000 € (soit 25 000 € de moins au budget prévisionnel).

Dans ce contexte, il semble que bon nombre d'objectifs ne pourront être atteints à la hauteur de ce que prévoyait la CPO en 2020.

PERSPECTIVES ET BUDGET PREVISIONNEL 2020

BUDGET PRÉVISIONNEL 2020

CHARGES	2020		2019		PRODUITS	2020)	2019	
ACHATS	187 635 €	21%	147 268 €	19%	VENTES	150 310 €	17%	126 945 €	16%
SERVICES EXTÉRIEURS	34 631 €	4%	41 850 €	5%	SUBVENTIONS	691 285 €	78%	630 693 €	80%
AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS	107 332 €	12%	99 958 €	13%	AUTRES PRODUITS	22 000 €	2%	8 467 €	1%
IMPÔTS & TAXES	22 229 €	3%	25 638 €	3%	PRODUITS FINANCIERS, PRODUITS EXCEPTIONNELS, REPRISES, PROVISIONS & TRANSFERT DE CHARGES	17 450 €	2%	26 043 €	3%
CHARGES DE PERSONNEL	499 301 €	57%	432 170 €	56%					
AUTRES CHARGES	1 980 €	0%	689 €	0%					
CHARGES FINANCIÈRES, CHARGES EXCEPTIONNELLES, DOTATIONS & PROVISIONS	27 937,00 €	3%	23 583 €	3%					
TOTAL	881 045 €		771 156	€	TOTAL	881 045 €		792 148	€
Écart								20 992	€

PERSPECTIVES ET BUDGET PREVISIONNEL 2020

BUDGET PRÉVISIONNEL 2020 (DÉTAIL)

Dont

ACHATS									
Achats de Concerts	105 400 €	12%	94 896 €	12%					
SERVICES EXTÉ	RIEURS								
Sécurité événements	14 410 €	2%	16 684 €	2%					
Locations Technique événements	4 200 €	0%	3 083 €	0%					
CHARGES DE PER	SONNEL								
Salaires Brut	299 493 €	34%	311 518 €	40%					
Cotisations Sociales	156 942 €	18%	109 452 €	14%					

VENTES				
Billetterie	76 349 €	9%	55 109 €	7%
Recettes de Bar	35 852 €	4%	36 774 €	5%
SUBVENTIONS				
État - DRAC - Fonctionnement	107 000 €	12%	105 000 €	13%
État - Autres	46 615 €	5%	36 657 €	5%
Conseil Régional de Bretagne - Fonctionnement	59 000 €	7%	57 000 €	7%
Conseil Regional de Bretagne - Autres	13 000 €	1%	5 718 €	1%
Conseil Départemental des Côtes-d'Armor - Fonctionnement	90 000 €	10%	90 000 €	11%
Conseil Départemental des Côtes-d'Armor - Autres	8 000 €	1%	0€	0%
Agglomeration de Saint-Brieuc	18 820 €	2%	2 935 €	0%
Ville de Saint-Brieuc - Fonctionnement	315 000 €	36%	300 000 €	38%
Ville de Saint-Brieuc - Autres	15 000 €	2%	15 000 €	2%
Aides SACEM	11 500 €	1%	11 500 €	1%
Aides CNV	16 600 €	2%	14 692 €	2%
AUTRES PRODUIT	гѕ			
Adhésions	7 000 €	1%	7 607 €	1%

BINJIUR MINUIT

musiques actuelles à Saint-Brieuc

ANNEXE]

Détail de la diffusion 1/2

Date	Événement	Information	Scène	Nom	Style	Provenance	Pays	Niveau	Statut	Leader(s)	Artiste(s)	Dont Femme(s) Dont Homme	(s) Fréquentation	Taux remplissage
25/01/2019	VAUDOU GAME + MAMYLOVE SARAMBE		Grande salle	MAMYLOVE SARAMBE	World	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Féminin	7	3	312	68,12%
25/01/2019	VAUDOU GAINE T MAINTLOVE SARAMBE		Granue Salle	VAUDOU GAME	World	International	Togo	Confirmé	Professionnel	Masculin	6		6	00,12/0
1				ACOD	Métal	National	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	5		5	
07/02/2019	DECAPITATED + HEART ATTACK + ACOD		Grande salle	HEART ATTACK	Métal	National	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	4		4 174	37,99%
				DECAPITATED	Métal	International	Pologne	Confirmé	Professionnel	Masculin	4		4	
14/02/2019	EUT + THE VANILLE		Club	THE VANILLE	Rock	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Féminin	4	1	3 79	53.38%
14/02/2017	EUT + THE VAINILLE		Club	EUT	Rock	International	France	Émergent/découverte	Professionnel	Féminin	5	2	3	33,3076
16/02/2019	MASS HYSTERIA + TRANZAT		Grande salle	TRANZAT	Métal	Régional	France	Émergent/découverte	en voie de professionnalisation	Masculin	4		4 449	98,03%
10/02/2019	INAULAT TRAINZAT		Granue Salle	MASS HYSTERIA	Métal	National	France	Tête d'affiche	professionnel	Masculin	5		5	90,03 %
28/02/2019	FAIR LE TOUR: GRAND BLANC + TOUKAN TOUKAN	En partenariat avec le FAIR	Grande salle	TOUKAN TOUKAN	Pop	National	France	Émergent/découverte	Professionnel	Mixte	2	1	1 109	23,80%
28/02/2017	FAIR LE TOUR, GRAND BLANC + TOURAIN TOURAIN	En partenariat avec le FAIN	Granue Salle	GRAND BLANC	Pop	National	France	Confirmé	professionnel	Mixte	4	1	3	23,0076
08/03/2019	TÉTÉ + MO^TI TËI		Grande salle	MO^TI TËI	Chanson	Régional	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	1		1 437	95.41%
08/03/2019	TETE + MO TITEL		Grande salle	TÉTÉ	Chanson	National	France	Tête d'affiche	Professionnel	Masculin	2		2 43/	95,41/6
1				BAB'S	Hip-hop	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	2		2	
09/03/2019	SADAT X & EL DA SENSEI + FLYNT + BAB'S	1	Grande salle	FLYNT	Hip-hop	National	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	3		3 108	23,80%
		1		SADAT X & EL DA SENSEI	Hip-hop	National	France	Tête d'affiche	Professionnel	Masculin	3		3	
				WALTER'S CHOICE	Pop	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Féminin	2	1	1	
14/03/2019	WILLIAM Z VILLAIN + WALTER'S CHOICE		Grande salle assise	WILLIAM Z VILLAIN	Folk	International	Etats-Unis	Confirmé	Professionnel	Masculin	2		2 64	32,65%
4				UZUL	Electro	National	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	1		1	
29/03/2019	IPHAZE + UZUL	1	Club	IPHAZE	Electro	National	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	2		2 44	29,73%
'7				PUMPKIN	Hip-hop	Régional	France	Émergent/découverte	Professionnel	Féminin	- 2	1	1	7
05/04/2019	KIKESA + PUMPKIN		Grande salle	KIKESA	Hip-hop	National	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	4	*	298	65,07%
				AFRODITE	Hip-hop	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Féminin	2	2	4	
08/04/2019	ILLA J + AFRODITE	1	Club	ILLA J	Hip-hop	International	Etats-Unis	Confirmé	Professionnel	Masculin	2		3 68	45,95%
-				LEDEUNFF	Chanson	Régional	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	1		1	
10/04/2019	WINSTON MC ANUFF & FIXI + LEDEUNFF		Grande salle	WINSTON MC ANUFF & FIXI	Reggae	International	Jamaïque	Tête d'affiche	Professionnel	Masculin		2	275	60,04%
1				LE VERTIGO	Rock	National	France			Féminin	3	2		
19/04/2019	MINUIT + LE VERTIGO	1	Grande salle	MINUIT		National	France	Émergent/découverte Tête d'affiche	En voie de professionnalisation	Féminin	3	2	314	68,56%
				BRAZILIERS	Rock Rock	National	France		Professionnel Professionnel	Masculin	2	1	2	, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
20/04/2019	MIOSSEC + BRAZILIERS		Grande salle	MIOSSEC				Émergent/découverte			3	1	446	97,38%
					Chanson	Régional	France	Tête d'affiche	Professionnel	Masculin	4		4	
27/04/2010	LABEL CHARRUES : ATOEM + DI#SE + WICKED	Coréalisation avec les Vieilles Charrues	Grande salle	WICKED	Rock	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	3		2 122	26.64%
27/04/2019	LABEL CHARROES : ATOEM + DI#SE + WICKED	Corealisation avec les vieilles Charrues	Grande salle	DI#SE	Hip-hop	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin			2 122	20,0470
07/05/0010	CARLÉ COMICOLOR	Zeves evelis	O do 11i	ATOEM	Electro	Local	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	2		2 (0	25.00%
07/05/2019	GABLÉ COMICOLOR	Jeune public	Grande salle assise		ciné concert	National	France	Confirmé	Professionnel	Féminin	3	1	2 69	35,20%
		1	-	ALTER REAL	Pop	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin			2	
24/05/2019	FÊTE DE LA BRETAGNE - CARTE BLANCHE À ELEPHANT & CASTLE	Dans le cadre de la Fête de la Bretagne	Grande salle	TIMSTERS	Pop	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	4		4 69	15,07%
i '		-	-	MAXIMILIEN	Electro	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	3		3	·
L.				COLORADO	Electro	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	4		4	
				VINCENDEAU PICHARD	Trad	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	4		4	
25/05/2019	FÊTE DE LA BRETAGNE - CARTE BLANCHE À L'USINERIE	Dans le cadre de la Fête de la Bretagne	Grande salle	NDIAZ	Trad	Local	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin			239	23,80%
				FLEUVES	Trad	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin				
29/05/2019	INITIALS BOUVIER BERNOIS + THE LOIRE VALLEY CALYPSOS		ortance du "faire avec	INITIAL BOUVIER BERNOIS	Jazz	Régional	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	2		33	22,30%
27/00/2017	INTIALS BOOVIER BERNOIS 1 THE EDINE VALLET GALTI 500		Situatice du Tuite avec	THE LOIRE VALLEY CALYPSOS	World	National	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	3		3	22,00%

Détail de la diffusion 2/2

				NOVATEUR	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				JAY REVENGE	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				KROM	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				NSY BAALD	Hip-hop	Local	France	Emergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				ATIPYK	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				NYOUR	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
07/09/2019	HOLYJUICE PARTY	Coréalisation avec Holyjuice	Grande salle	ELIBOI	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1	366	79,91%
. , . , .				JEUNE MAGICIEN	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		,
				AXM	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				RAMBO	Hip-hop	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				CHEYKI	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				WES	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				LAMARA	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
				ZIN	Hip-hop	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	1	1		
28/09/2019	LA BATTUE + TROPIQUE NOIR		Club	TROPIQUE NOIR	Pop	Régional	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	4	4	48	32,43%
,,				LA BATTUE	Pop	Régional	France	Émergent/découverte	Professionnel	Féminin		2 1		==,
				VOODOO AMBASSADORS	World	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	1	1		
04/10/2019	COMPLET'MANDINGUE	Coréalisation avec Djabotu Binghi	Grande salle	TILO BOTA	World	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	3	3	361	78,82%
,,				KRISTEL	Rock	International	Madagascar	Émergent/découverte	Professionnel	Féminin	3	1 2		,
				MUTHONI DRUMMER QUEEN	Hip-hop	International	Kenya	Confirmé	Professionnel	Féminin	7	3 4		
				LES NUS	Rock	Régional	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	5	5		
17/10/2019	CARNAVALOROCK: MARS RED SKY + CELESTE + LES NUS	Dans le cadre du festival Carnavalorock	Grande salle	MARS RED SKY	Rock	National	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	4	4	184	40,17%
				CELESTE	Rock	National	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	4	4		
25/10/2019	SUMMER REBELLION + JACK & MO		Club	DUO TITLEY LERAY	Blues	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	2	2	67	
23/10/2019	SOMMER REDELLION + SACR & MO		Club	THE SUMMER REBELLION	Blues	International	Belgique	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	3	3	07	
31/10/2019	DOPE ST JUDE + NADIA ROSE		Club	NADIA ROSE	Hip-hop	International	Royaume-Uni	Confirmé	Professionnel	Féminin	2	2	122	82,43%
31/10/2019	DOI E 31 30DE + NADIA ROSE		Club	DOPE SAINT JUDE	Hip-hop	International	Afrique du Sud	Confirmé	Professionnel	Féminin	3	3	122	02,43%
				ATOEM	Electro	Local	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	2	2		
02/11/2019	PERTURBATOR + OKTOBER LIEBER + THE ALGORITHM + ATOEM		Grande salle	THE ALGORITHM	Electro	National	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	2	2	307	67,03%
02/11/2019	PERTURBATOR + ORTOBER LIEBER + THE ALGORITHM + ATOEM		Grande Salle	PERTURBATOR	Electro	National	France	Tête d'affiche	Professionnel	Masculin	2	2	307	67,03%
				OKTOBER LIEBER	Electro	Local	France	Confirmé	Professionnel	Féminin	2	2		
09/11/2010	THE PSYCHOTIC MONKS + DEWAERE		Grande salle	DEWAERE	Rock	Local	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	4	4	206	44,98%
08/11/2019	THE PSYCHOTIC MONKS + DEWAERE		Grande salle	THE PSYCHOTIC MONKS	Rock	National	France	Confirmé	Professionnel	Masculin	4	4	206	44,98%
10 /11 /0010	LES LOUANGES + AWIR LEON		Club	AWIR LEON	Folk	National	France	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	1	1	40	
13/11/2019	LES LOUANGES + AWIR LEON		Club	LES LOUANGES	Folk	International	Canada	Émergent/découverte	Professionnel	Masculin	5	5	40	
				ALTER REAL	Electro	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	3	3		
29/11/2019	TOURNÉE DES TRANS	Coréalisation avec les Transmusicales	Grande salle	MELOMAN & MANI	Hip-hop	Régional	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	2	2	138	30,13%
				MOUNDRAG	Rock	Local	France	Émergent/découverte	En voie de professionnalisation	Masculin	2	2		
				ННМ	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Féminin	4	4		
				TROUZ AN NOZ	Punk	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Mixte	5	2 3		
				CHOUCH'N MOLOTOV	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	5	5		
				CAVENE CADAS	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	5	5		
06/12/2019	BREIZH DISORDER	Coréalisation avec Mass Prod	Grande salle	MAUVAISE GRAINE	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Féminin	4	1 3	143	31,22%
				LES PROXENETTES	Punk	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	4	4		
				DISRUPTIVE ELEMENT	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	5	5		
				THE GANG BANG	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Féminin	4	1 3		
				THE SKLANKER	Punk	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	3	3		
				CHARLY'S ANGELS	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Féminin	4	2 2		
				PULVERDAMPF	Punk	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	3	3		
				KERFUCKER	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	3	3		
				BAD BAD SEED	Punk	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	3	3		
2019-12-07	BREIZH DISORDER	Coréalisation avec Mass Prod	Grande salle	BARREL KICK	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	4	4	146	31,88%
				TOXXIC TV	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	4	4		
				SLEAZY JOKE	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	4	4		
				CAPRICORN	Punk	Local	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	3	3		
				SUPPOSE IT'S WAR	Punk	Régional	France	Émergent/découverte	Amateur	Masculin	4	3		
				LA JUNGLE	Rock	International	Belgique	Confirmé	Professionnel	Masculin	2	2		
2019-12-13	LA JUNGLE + IT IT ANITA		Grande salle	IT IT ANITA	Rock	International	Belgique	Confirmé	Professionnel	Masculin	4	1	125	27,29%
				II II ANIIA	NOCK	international	Deigique	Committee	Holessionilet	Mascuilli	Total artistes Dont femmes	Dont hommes	Total spectatours	Moyenne taux de remplissage
				+							297 42	255	5962	46,76%
											14,149	85,86%		40,7076
n n	TAUD UI DADDART D'ACTIVITEC SALA	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		1							14,147	05,00%		1

<u>retour au rapport d'activites 2019</u>

Détail de la production

Date	Durée (jours)	Groupe	Style	Provenance	Type de résidence	Information
14 au 16/01/2019	3	JOANNA	Pop	Régional	Préprod	Mise à disposition pour groupe local
05 au 06/03/2019	2	DEWAERE	Rock	Local	Préprod	Mise à disposition pour groupe local
20 au 22/03/2019	3	GAD ZUKES	Rock	Local	Préprod	Mise à disposition pour groupe local
28/03/2019	1	JOANNA	Рор	Régional	Filage	Mise à disposition pour groupe local
01/04/2019	1	ALTER REAL	Рор	Local	Filage	Projet accompagné
15 au 17/04/2019	3	виск	Rock	Local	Préprod	Projet accompagné avec Art Rock
09/05/2019	1	виск	Rock	Local	Préprod	Projet accompagné avec Art Rock
13 au 15/05/2019	3	BAB'S	Rap	Régional	Préprod	En partenariat avec Buzz Booster
27 au 28/05/2019	2	MOUNDRAG	Rock	Local	Préprod	Projet accompagné avec Les Transmusicales
03 au 04/06/2019	2	SBRBS	Rock	Local	Préprod	Mise à disposition pour groupe local
01 au 05/07/2019	5	TILO BOTA	World	Local	Création	Dans le cadre du festival Complet'Mandingue
27 au 30/08/2019	4	ALTER REAL	Рор	Local	Filage	Projet accompagné
16 au 18/09/2019	3	LA BATTUE	Pop	Régional	Préprod	Mise à disposition pour groupe local
24 au 26/09/2019	3	DI#SE	Rap	Régional	Préprod	En partenariat avec Le Printemps de Bourges
21 au 23/10/2019	3	MOUNDRAG	Rock	Local	Préprod	Projet accompagné avec Les Transmusicales
20 au 21/11/2019	2	GOSSEYN	Jazz	Local	Préprod	Mise à disposition pour groupe local
02 au 04/12/2019	3	JACK & THE BIZNESS	Blues	Local	Préprod	Mise à disposition pour groupe local
TOTAL	44					

<u>RETOUR AU RAPPORT D'ACTIVITES 2019</u>

Détail de l'utilisation des studios 1/2

22 Garpe Riffs 4	Nom du groupe	Nbre musiciens	Dont hommes	Dont femmes	Leader	Origine	style	Moyenne d'âge	Utilisation principale	Statut	Accompagnement	Inclubateur	Studios Partent en Live
2	22 Longs Riffs	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc				Amateur			
2 Nov	2Be4 Band FM	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	40	répétition	Amateur			
Alain Roberd	2K Mob	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	enregistrement	Amateur			
Alber Quel Series Foods	2 Kuro	2	1	1	Féminin	Saint-Brieuc	Rap	20	enregistrement	Amateur	oui		
Albin Cap Short Pools2 5	Alain Richard	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc		60	répétition	Amateur			
American 3 3 0 Masculm Saint-Renow Metal 40 depatition American American 3 3 0 Masculm Saint-Renow Metal 40 depatition American Americ	Alan Boudet	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	enregistrement	Amateur			
Anners 3 3 0 Mesculin Saine-Renous Metal 45 registition American Applicaciós 2 2 0 Mesculin Saine-Renous Metal 40 registition American 1 Bard Bao Sead 3 3 0 Mesculin Saine-Renous Renous Renou	Albin Cap (Short Kröks)	5	4	1	Féminin	Saint-Brieuc		45	répétition	Amateur			
Apolitic CTS	·	3	3	0					·				
Apolic GYS	Amzera	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Metal	40	répétition	Amateur			
Base Series 3 3 0 Masculin Saint-Striege Purk 45 repetition Annatur oui		2	2	0				60	·		oui	1	
Beachmide	•	3	3	0									
Benginn Lembe 1		3							·		oui		
Biss Bis Song 3				0									
Bluexy Men 6	•	3	1				Chanson				oui		
Blacky Mem 5	•		4										
Boobly 1	·	5	4	1					·		oui		
Bracking Bornes 3 3 0 Masculin Agglometration Rock 20 accompagement club Amateur out	,		1	0					· ·				
Brice	,		3								oui		
Brieg Guerreno 6	•	1	1	0									
Buck							Folk		·		oui		
Capricom 3 3 0 Masculin Saint-Frieur Punk 45 repétition Amateur	-								· ·				
Carlos Ciudad 1									·		oui		
Cardos Giudad	•								· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·				
Clement Frémont													
Crumb							FUIIK		· ·				
Crust Swelt Jacobs			•				Doole						
Curly									· ·				1
D2S 5 5 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 repétition Amateur Amateur									·				
Da Vito	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·								· ·				
Delatiti		3	3						·				
Dewaere			1						_			4	
Draks											oui	'	
Eddy Von Alex 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur 0ui 4 4 4 0 Masculin Côtes-d'Armor Rock 20 enregistrement Amateur 0ui 4 4 6 Masculin Saint-Brieuc Rock 20 enregistrement Amateur 0ui 4 4 6 Masculin Saint-Brieuc Pop 30 répétition Professionnel 0ui Franck Richard 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Dazz 45 répétition Professionnel 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Dazz 45 répétition Rock Amateur 1 1 1 1 1 1 1 1 1													-
Eleven to Twelve		·											
Faustine 3	•								· ·				
Franck Richard 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Pop 30 répétition Professionnel Gosub 3 4 3 1 Masculin Saint-Brieuc Jazz 45 répétition Amateur 1 Goulven Hervé 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 45 enregistrement Amateur Guillaume Tromeleue 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 35 enregistrement Amateur Hawkins 5 5 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 50 répétition Amateur HolyJuice 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Amateur oui Horse Wool 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 55 répétition Amateur Jeremy Giguelay 4 4 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 40 <t< td=""><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>-</td><td></td><td></td><td></td><td></td></t<>									-				
Gosub 3						_			· ·		oui		
Goulven Hervé 1 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 45 enregistrement Amateur Guillaume Tromeleue 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 35 enregistrement Amateur Hawkins 5 5 5 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Amateur oui HolyJuice 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Amateur oui Horse Wool 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 30 enregistrement Amateur JMC 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 30 enregistrement Amateur Jeremy Giguelay 4 4 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Amateur Kam's 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Amateur King Averell 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 accompagnement club Amateur oui Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur oui Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui									·				
Guillaume Tromeleue			_						· ·				'
Hawkins 5 5 5 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 50 répétition Amateur oui 1 HolyJuice 2 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Amateur oui Horse Wool 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 30 enregistrement Amateur JMC 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 55 répétition Amateur Jeremy Giguelay 4 4 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 40 répétition Amateur Joanna 1 0 1 Féminin Bretagne Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Mac MAO Amateur Kam's 1 1 0 Masculin Agglomération Rap 20 accompagnement club Amateur oui King Averell 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui									J				
HolyJuice 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 MAO Amateur oui Horse Wool 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 30 enregistrement Amateur JMC 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 55 répétition Amateur Jeremy Giguelay 4 4 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 40 répétition Amateur Joanna 1 0 1 Féminin Bretagne Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Agglomération Rap 20 accompagnement club Amateur Kam's 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur King Averell 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur oui Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui													
Horse Wool 2 2 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 30 enregistrement Amateur JMC 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 55 répétition Amateur Jeremy Giguelay 4 4 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 40 répétition Amateur Joanna 1 0 1 Féminin Bretagne Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc 40 MAO Amateur Kam's 1 1 0 Masculin Agglomération Rap 20 accompagnement club Amateur oui King Averell 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui 1 Nateur Oui 1 Nate									·				1
JMC 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 55 répétition Amateur Jeremy Giguelay 4 4 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 40 répétition Amateur Joanna 1 0 1 Féminin Bretagne Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc 40 MAO Amateur Kam's 1 1 0 Masculin Agglomération Rap 20 accompagnement club Amateur King Averell 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur oui Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui	,										oui		
Jeremy Giguelay 4 4 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 40 répétition Amateur Joanna 1 0 1 Féminin Bretagne Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc 40 MAO Amateur Kam's 1 1 0 Masculin Agglomération Rap 20 accompagnement club Amateur oui King Averell 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur oui Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui									-				
Joanna 1 0 1 Féminin Bretagne Rap 20 MAO Professionnel Julien Raymond 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc 40 MAO Amateur Kam's 1 1 0 Masculin Agglomération Rap 20 accompagnement club Amateur oui King Averell 3 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur oui Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui 1 Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui		_							·				
Julien Raymond110MasculinSaint-Brieuc40MAOAmateurKam's110MasculinAgglomérationRap20accompagnement clubAmateurouiKing Averell330MasculinSaint-BrieucRock45répétitionAmateurouiKost541FémininSaint-BrieucRock45répétitionAmateurKrom110MasculinSaint-BrieucRap20enregistrementAmateuroui1Kryptik110MasculinSaint-BrieucRap20enregistrementAmateuroui		4		0		Saint-Brieuc	Rock						
Kam's110MasculinAgglomérationRap20accompagnement clubAmateurouiKing Averell330MasculinSaint-BrieucRock45répétitionAmateurouiKost541FémininSaint-BrieucRock45répétitionAmateurKrom110MasculinSaint-BrieucRap20enregistrementAmateuroui1Kryptik110MasculinSaint-BrieucRap20enregistrementAmateuroui						_	Rap						
King Averell 3 3 0 Masculin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur oui Kost 5 4 1 Féminin Saint-Brieuc Rock 45 répétition Amateur Krom 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui			1										
Kost541FémininSaint-BrieucRock45répétitionAmateurKrom110MasculinSaint-BrieucRap20enregistrementAmateuroui1Kryptik110MasculinSaint-BrieucRap20enregistrementAmateuroui													
Krom 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui 1 Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui				0							oui		
Kryptik 1 1 0 Masculin Saint-Brieuc Rap 20 enregistrement Amateur oui				1	Féminin	Saint-Brieuc	Rock		répétition	Amateur			
		1	1		Masculin		Rap		enregistrement	Amateur	oui	1	
Laurent Terecini 1 1 0 Macculin Saint-Brique Metal 25 rénétition Ametaur	Kryptik	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	enregistrement	Amateur	oui		
Laurent reresini i i viascutini Saint-brieuc ivietat 30 repetition Afriateur	Laurent Teresini	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Metal	35	répétition	Amateur			

Détail de l'utilisation des studios 2/2

	278	256 92,09%	22 7,91%				34,95238095									-
	Total artistes	Dont hommes	Dont femmes				Moyenne d'âge									+
Zin				Masculin	Saint-Brieuc	Rap		IVIAU	Amateur				-			+
	1	1	0		Saint-Brieuc		25	MAO		Oui						
Yassin Ahl-Lamara	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	MAO	Amateur	oui						
West Coast Bitches	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Punk	45	répétition	Amateur							
ashington Dead Cats	4	4	0	Masculin	Côtes-d'Armor	Punk	45	répétition	Amateur							
Walid Lamourou	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	ctat	40	répétition	Amateur							
Vakuum	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Metal	35	répétition	Amateur							
Twin Cam	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	40	répétition	Amateur							
Trouz An Noz	3	2	1	Féminin	Saint-Brieuc	Punk	45	répétition	Amateur	oui						
Tor.J	1	0	1	Féminin	Côtes-d'Armor	Rap	25	enregistrement	Amateur	oui						
Ti Jam	10	10	0	Masculin	Agglomération	Reggae/Dub		répétition	Amateur	oui		1		1		
Thomas Pierre	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Pop	20	MAO	Amateur	oui						
The Sleex	2	2	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	50	répétition	Amateur		1		, ,			
The Rouste	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Punk	50	répétition	Amateur				1			
Tanguy Barrot	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Pop	25	MAO	Amateur							
Stratus	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Jazz	55	répétition	Amateur				1			
Soon She Said	4	3	1	Masculin	Bretagne	Rock	35	répétition	Amateur							
Shipper	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	50	répétition	Amateur			1				
Seuil Critique	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Metal	40	répétition	Amateur							
Sarah Dosser	1	0	1	Féminin	Saint-Brieuc	Chanson	30	enregistrement	Amateur							
Ryska	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	35	enregistrement	Amateur							
Ruben Calmettes	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	accompagnement club	Amateur	oui						
Rosaire	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	25	répétition	En voie de pro	oui					1	
Reispartners	5	4	1	Féminin	Agglomération	Rock	20	accompagnement club	Amateur	oui						
Regis	2	2	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	45	répétition	Amateur							
Rault Tristan	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	enregistrement	Amateur							
Ras	5	4	1	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	15	répétition	Amateur							
Quentin Le Saux	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	enregistrement	Amateur							
Quentin Foucauld	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc		25	répétition	Amateur							
Quentin Ferron	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc		20	répétition	Amateur							
Phoque	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	40	répétition	Amateur	oui						
Perrochon Gregory	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	35	répétition	Amateur							
Paul Thaddeus	1	1	0	Masculin	Agglomération	Chanson	25	MAO	Amateur	oui						
Paul Le Mercier	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	25	répétition	Amateur							\top
Obsyns	4	3	1	Féminin	Saint-Brieuc	Metal	40	répétition	Amateur							
Nicolas Quentin	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Metal	40	répétition	Amateur							
Newazah	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Chanson	45	enregistrement	Amateur							
Nemrod	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Metal	40	répétition	Amateur							
Needle	1	1	0	Masculin	Côtes-d'Armor	Electro	20	accompagnement club	Amateur	oui				1		
My Chimera	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	25	répétition	Amateur	oui	1	1	1	1		
Moundrag	2	2	0	Masculin	Côtes-d'Armor	Rock	25	répétition	En voie de pro	oui			1			
Mojo Nuck	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Blues	35	répétition	Amateur							
Milor	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	World	30	enregistrement	Amateur							
Michel Stephane	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	35	répétition	Amateur							
Melmor	4	3	1	Masculin	Saint-Brieuc	Punk	45	répétition	Amateur							
Marine Boisseau	1	0	1	Féminin	Saint-Brieuc	Chanson	20	enregistrement	Amateur							
Maddy	1	0	1	Féminin	Saint-Brieuc	World	25	répétition	Amateur							
Louis Piacentini	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	enregistrement	Amateur							
Loïs	1	1	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rap	20	MAO	Amateur							
Lithium	4	4	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	50	répétition	Amateur		1			1		
Lefort	3	3	0	Masculin	Saint-Brieuc	Rock	55	répétition	Amateur							
Le Bozec Patrice	2	1	1	Féminin	Saint-Brieuc	Rock	35	répétition	Amateur							

Bilan des actions de valorisation des artistes amateurs 1/2

12 avril 2019 : Les Studios Partent en Live : Shipper/Hawkins/My Chimera

Premier volet du week-end dédié aux pratiques en amateur, la soirée des Studios Partent en Live a rencontré une évolution par rapport à l'édition précédente : moins de groupes ont été présentés, ce qui a permis un meilleur accueil et plus de temps de concert avec un résultat plus satisfaisant pour les groupes, pour le public et pour l'équipe. Les Studios Partent en Live sont une belle opportunité pour les groupes de se produire sur la grande scène, pour présenter le travail effectué tout au long de l'année en répétition dans les studios. De plus, la scène du Club a été mise à disposition pour préparer ce concert, afin de permettre aux groupes d'être dans le meilleur confort possible.

Cette soirée est aussi l'occasion pour ces musiciens de se rencontrer, d'échanger sur leurs pratiques, tout en partageant la scène.

C'est un pas en avant vis-à-vis de l'enjeu de valorisation des pratiques locales en amateur, car les trois groupes, originaires de Saint-Brieuc, ont pu se produire dans les mêmes conditions que des artistes professionnels. Il a été discuté de la pertinence d'organiser ce genre d'évènements plus souvent (par exemple deux fois par an), mais nous avons préféré pour le moment rester sur ce genre de rendez-vous, certes moins fréquent, mais sous le signe de la qualité, l'intérêt étant de pouvoir présenter des groupes prêts à monter sur scène, en demande de ce genre d'évènement, tout en ayant un vrai temps de préparation avec le régisseur des studios pour que ce concert puisse vraiment servir au développement des groupes. Cependant, il y a une vraie marge de progression quant à la représentation des différentes esthétiques, mais aussi dans notre volonté de parité sur la scène amateur (liée directement à la question de la parité dans les studios).

En quelques chiffres:

1 soirée concert 3 groupes locaux et amateurs 191 spectateurs 15 heures d'accompagnement

13 avril 2019 : Journée dédiée à la pratique en amateur

Suite logique des Studios Partent en Live, une journée dédiée aux groupes amateurs du département a été imaginée conjointement avec le festival Carnavalorock. Plusieurs enjeux ont été mis en avant dans l'organisation d'un tel événement :

- l'accueil des musicien·ne·s adhérents mais aussi de musicien·ne·s ne fréquentant pas le lieu, lors d'un temps de rencontre et d'échange entre eux et avec les membres de l'équipe -l'identification de groupes actifs localement
- la possibilité de développer un réseau pour ces artistes locaux, d'avoir des retours et conseils sur leurs projets avec un regard ouvert et bienveillant sur plusieurs points de la vie des groupes (communication, démarchage, structuration, développement artistique...)
- la possibilité d'approfondir ses connaissances théoriques liées à la pratique de la musique en amateur

Plusieurs professionnel·le·s ont donc été mobilisés lors de cette journée : des membres de l'équipe de Bonjour Minuit, du réseau du festival (Diogène Prod., 3C tour), de la Ferarock et de la Sacem. La journée s'est organisée autour de deux temps forts : une table ronde concernant le statut amateur et l'entourage du musicien, puis un speed meeting avec les différents professionnel·le·s .

Si le concept a semblé plaire aux groupes, quelques axes d'amélioration ont tout de même été notés, sur l'organisation de cette journée comme sur le choix des professionnel·le·s invité·e·s, afin d'en faire un rendez-vous vraiment pertinent et adapté, qui s'incorpore dans le processus d'accompagnement des pratiques amateures, tout en essayant de respecter au mieux la parité chez les intervenant·es.

En quelques chiffres:

1 journée8 professionnels participants15 groupes inscrits

Bilan des actions de valorisation des artistes amateurs 2/2

6 juin 2019: Art Bistrock: The Rouste/King Averell/Moundrag/Breaking Bones

Pour la seconde fois, le Fût Chantant a sollicité Bonjour Minuit pour la programmation de la soirée du jeudi dans le cadre du Off du festival Art Rock. Cette année, cette date a pu coïncider avec l'accompagnement à plus long terme de groupes suivis à Bonjour Minuit : tout d'abord les Breaking Bones, qui ont pu travailler en amont sur la scène du Club, notamment pour préparer leur sortie d'album mais aussi leurs dates de la saison avec le régisseur des studios. Cette date a aussi été le point de départ de l'accompagnement de Moundrag, suivi par la structure depuis. Les autres groupes, King Averell et The Rouste, sont des usagers réguliers des studios de répétition. Le rendez-vous a encore été positif pour nous comme pour le Fût Chantant, qui souhaite continuer ce partenariat en 2020. Cependant, là encore il existe une marge de progrès quant au respect de la parité dans la programmation des événements amateurs.

En quelques chiffres:

- 2 ème année de partenariat sur cette date
- 4 groupes locaux
- 2 projets accompagnés sur le long terme

21 Juin 2019 : Fête de la Musique : Dellati/Jet Teens/Lithium/My Chimera/Needle

La Fête de la Musique a été l'occasion pour plusieurs artistes ayant travaillé durant l'année dans les locaux de Bonjour Minuit de se produire sur scène, lors d'une soirée éclectique (Rap, Rock, Electro).

Les conditions professionnelles de ce concert sur la Place de la Grille sont intéressantes pour les groupes locaux, car elles permettent de mettre en lumière leur projet, tout en se confrontant à un public plutôt large – l'exercice en est d'autant plus intéressant. Ce type de concert est donc une étape importante pour les groupes amateurs.

En quelques chiffres:

5 groupes

3 esthétiques principales

12 octobre 2019 : Inclubateur : Krom/Dellati

Le dispositif Inclubateur a été moins fréquent que l'année précédente, cependant il a véritablement trouvé sa forme telle qu'elle avait été imaginée : une formule d'accompagnement pour les groupes amateurs répétant dans nos studios. Au-delà du concert (gratuit) pour mettre en valeur un projet suivi par le régisseur des studios, il s'agit également de plusieurs temps de travail en conditions professionnelles sur la scène du Club. Ces temps sont l'occasion d'approfondir le live, de travailler sur la mise en place du set, l'utilisation de l'espace scénique, les conditions techniques (retours, micro, balances, ...) mais aussi d'aborder des points artistiques essentiels : la place des émotions dans l'interprétation par exemple, véritable enjeu pour les interprètes. Pour la structure, ce type d'évènement est l'occasion de valoriser les pratiques en amateur locales,

Pour la structure, ce type d'évènement est l'occasion de valoriser les pratiques en amateur locales, ainsi que le vivier d'artistes fréquentant les studios. Cette année, le choix a été fait de présenter deux rappeurs des studios, Krom (Saint-Brieuc) et Dellati (Guingamp), les musiques urbaines étant historiquement moins représentées sur ce type d'évènement. Ce choix est aussi le reflet du projet de la structure de porter une attention particulière aux musiques dites urbaines. Le résultat, très positif, encourage pour présenter à nouveau de tels évènements (environ 70 personnes présentes à la soirée, contre une moyenne de 40 personnes sur les Inclubateurs de l'année précédente, plus axés sur les esthétiques Rock et Métal)

En quelques chiffres :

1 Inclubateur

2 artistes locaux amateurs

14 heures d'accompagnement scénique

70 personnes dans le public (à vérifier ?)

15-25 ans : la moyenne d'âge de 90% du public



Bilan de l'action culturelle 1/2

2054 personnes (1019 femmes et 1035 hommes) ont participé à un projet d'action culturelle porté par Bonjour Minuit pour 250h d'intervention.

Découvrir la scène de musiques actuelles

Les visites de Bonjour Minuit permettent de découvrir la salle, les studios et le fonctionnement de la SMAC. Elles sont proposées à toutes les structures partenaires. Les visites organisées avec les établissements de l'éducation nationale peuvent être axées autour de la découverte de nos métiers.

Bilan quantitatif des visites de la SMAC en 2019 :

116 hommes et 127 femmes scolarisés dans les collèges Racine et Jean Macé et les lycées Rabelais et Freyssinet de Saint-Brieuc

19 jeunes dont 13 femmes en dehors du temps scolaire avec le centre de loisirs du Grand Clos de Saint-Brieuc et l'association l'Antre Jeunes d'Yffiniac

22 hommes et 19 femmes accompagnés par la Maison d'arrêt de Saint-Brieuc, le centre de formation pour adultes (CLPS) de Saint-Brieuc et l'association Coalia (aide et accompagnement social)

7 jeunes entre 11 et 17 ans en situation de handicap avec L'IME des Mauriers de Plaintel

30 personnes lors de la 2ème édition d'Happy Day

Cette année les groupes Gad Zukes, Joanna, Buck, Babs, SBBRS et Idrissa Kouyaté ont partagé un temps de leurs résidences à BJM pour échanger avec des élèves.

Transmettre et sensibiliser par la pratique

A destination des musiciens

Initiation au son avec 4 écoles de musiques actuelles de l'agglomération

Dates: 19, 20, 21 et 22 février

Public : 24 jeunes musiciens amateurs âgés de 11 à 18 ans des écoles de musiques

actuelles de Langueux (OCL), Trégueux (OCT), Ploufragan et Plédran

Objectif : Former à la technique du son en studio et sur scène et sensibiliser aux différents

risques encourus lors de la pratique de la musique amplifiée

A destination de l'insertion professionnelle

Action culturelle et langue française avec le CLPS de Saint-Brieuc (centre de formations pour adultes)

Dates : 20 et 27 septembre, 3, 4, 10, 11, 17, 18, 24, 25 et 30 octobre, 7, 8, 13 et 14 novembre, 13 décembre

Public : 20 apprenants et 2 personnes en remise à niveau de français. (1 Cambodgienne, 4 Syriennes, 2 Géorgiennes, 1 Russe Tchétchène, 2 Kurdes Turc, 2 Turcs, 1 Syrien, 1 Afghan, 1 Singapourienne, 1 Chinoise, 1 Marocaine, 1 Marocain, 2 Français, 1 Albanaise, 1 Pakistanais. Objectifs :

- -Découvrir des esthétiques musicales majeures de l'histoire des musiques actuelles grâce à des écoutes et des exposés.
- Créer des temps d'échanges et de partages de connaissances autour des musiques du monde.
- Découvrir les métiers de la SMAC : initiation à la régie lumière avec Nicolas, découverte des métiers de la programmation avec Hélène, de la communication avec Muriel et de la billetterie avec Lucie.
- -Rencontrer des artistes lors de leurs venues à BJM, interview des groupes The Psychotic Monks, Dewaere, Jack&Mo, It It Anita, The Summer Rebellion.
- -Assister aux concerts des artistes interviewés



Bilan de l'action culturelle 2/2

A destination de l'éducation populaire

Atelier journalisme de concert

Date: 10 avril

Public : 8 jeunes âgés de 11 à 17 ans

Objectif : Rencontrer et interviewer un l'artiste sur son métier de musicien lors d'un

concert à BJM.

La rencontre s'est faite avec Ledunff lors de son concert en première partie de Winston

Mc Anuff.

Atelier série radiophonique avec la comédienne Paule Vernin

Dates : 16, 17 et 18 juillet

Public : 7 jeunes âgés de 15 à 18 ans du centre de loisirs municipal Pass ADO

Objectif : Découvrir le métier de comédien et enregistrer une série radiophonique en

studio

Atelier Playlist au centre social La Ruche

Date: 19 juin

Public: 10 jeunes de 12 à 15 ans

Objectif : Créer une programmation musicale, choisir les morceaux de musique pour la

fête de l'été du quartier Ouest du 29 juin. Atelier enregistrement musique en studio

Date: 3 juin

Public : 9 jeunes âgés de 10 à 15 ans de l'accueil de loisirs de l'école Poutrin

Objectif : Enregistrer une chanson écrite en groupe avec un éducateur et musicien de

l'accueil de loisirs.

A destination des mélomanes

Atelier musique concrète à la bibliothèque Albert Camus

Date: 27 avril

Public: 4 jeunes âgés de 12 à 16 ans

Objectif : Découvrir la musique concrète, composer de la musique avec des tablettes

numériques grâce à l'enregistrement de bruits.

Blindtest musiques actuelles

Date:12 septembre

Public : 192 étudiants du campus Mazier de Saint-Brieuc

Objectif : Participer à l'animation de la journée de rentrée des étudiants. Deviner le plus

rapidement possible les morceaux de musique et gagner des places de concerts à BJM

A destination du milieu carcéral

Projet Résonance(s) avec le groupe Pumpkin & Vin's Da Cuero

Dates: 11, 12, 13, 17 et 18 juin

Public: 8 personnes âgées de 19 à 50 ans

Avec le soutien du SPIP22 et de la DRAC Bretagne

Au commencement du projet un concert du groupe dans l'enceinte de la maison d'arrêt puis 3 jours d'écriture et de composition musicale. Le dernier jour était dédié à la restitution des ateliers, nous avons clôturé la journée sur un open mic autour d'un goûter avec une douzaine de détenus volontaires.



L'aventure à Rabelais.

Le lycée Rabelais et Bonjour Minuit ont imaginé ensemble un parcours EAC qui a débuté en 2018. L'objectif de ce projet étant de permettre à une classe de rencontrer un artiste en vue d'écrire des chansons, de l'assister à la composition de musiques et de restituer les morceaux en public sur la grande scène de Bonjour Minuit.

Le projet a débuté le 16 décembre 2018 dans une salle de cours du lycée par la rencontre entre les 30 élèves de la 1ère ES2 et l'auteur de chanson française Da Silva. A l'issue de cette première journée d'échanges des groupes d'élèves étaient constitués autour de 5 thèmes qu'ils avaient choisis. Pendant les 2 jours suivants des ateliers d'écriture ont été mis en place et les groupes d'élèves purent ainsi travailler successivement à l'écriture de leur texte avec Da Silva.

L'équipe pédagogique du lycée a été mise à contribution dans le projet pour assister les élèves dans l'écriture des textes et le choix des mots. Des échanges par mails entre les professeurs, les élèves et Da Silva ont permis de maintenir la dynamique.

De retour au lycée le 6 mars 2019, Da Silva y a installé son studio d'enregistrement pendant 3 jours afin de commencer la composition des morceaux avec les élèves. Les groupes d'élèves se sont succédés derrière le micro pour enregistrer les textes sous la direction artistique de Da Silva qui leur soumettait en même temps ses idées musicales. Un élève chanteur et guitariste a profité de la présence du studio pour dévoiler à la classe une composition personnelle réarrangée pour l'occasion par Da Silva. A l'issue des 3 journées les squelettes de 6 morceaux étaient enregistrés.

Le projet s'est achevé le 25 avril 2019 sur la grande scène de Bonjour Minuit. Après une intense journée de répétition et de mise en place du live, les élèves et Da Silva ont présenté leurs 6 morceaux devant les 300 spectateurs présents ce soir-là.

Racine en chantier

Bonjour Minuit a développé en 2019 un projet EAC avec le collège REP* Jean Racine de Saint-Brieuc en parti financé par la DRAC Bretagne et le département des Côtes d'Armor. Ce projet nommé « Racine en chantier » a débuté le 9 décembre par une résidence de 3 jours du groupe électro pop Octave Noire au sein du collège en plein travaux de construction de nouveaux bâtiments.

Après avoir installé dans une salle de cours la sonorisation et les instruments des musiciens d'Octave Noire et procédé aux différents réglages techniques, des rencontres avec des élèves et leurs professeurs ont été organisées pendant les répétitions du groupe à différents moments de la première journée. L'objectif de ces moments étant de provoquer la rencontre des élèves avec les musiciens et leurs œuvres. Un temps de filage de 20 minutes proposé le deuxième jour sur un temps de récréation a suscité la curiosité de 40 élèves volontaires.

Le dernier jour de la résidence était spécifiquement consacré à un travail d'écriture avec les élèves d'une classe de 4ème. Les musiciens ont proposé aux 21 élèves différentes animations permettant l'écriture d'un texte de façon collégiale. A cette occasion 3 groupes de 7 élèves ont été constitués, chacun des groupes devant écrire une chanson, les séances d'écriture seront proposées aux élèves pendant les cours avec leur professeur de français. Le groupe reviendra 3 jours au collège au cours de l'année 2020 pour mettre en musique les 3 textes des élèves avant de présenter leur collaboration artistique le 9 avril sur la scène de Bonjour Minuit.

*REP: réseau d'éducation prioritaire

Science physique et musique avec l'association Planet Science

Dates: 28 mai

Public : 17 élèves de 3ème du collège Racine

Objectif : Faire découvrir le son aux élèves grâce à des expériences scientifiques

Avec le collège Jean-Macé

L'Association Éducative et Coopérative du collège Jean Macé de Saint-Brieuc et BJM ont élaboré pour les 22 élèves d'une classe de 3ème un projet artistique autour du travail de Xavier Laporte, artiste local accompagné par BJM.

Avec le concours de l'équipe pédagogique du collège, 24 heures d'ateliers de M.A.O ont été dispensés au sein du collège. Le 7 juin les élèves ont pu monter sur la scène du club pour présenter leurs compositions devant parents et professeurs.



Bilan du changement d'identité 1/3

Lors du recrutement de la nouvelle direction à l'été 2018 et ensuite de la rédaction du Projet artistique et culturel 2019-2022, l'association s'est engagée pour renommer l'équipement et ainsi formaliser l'aboutissement du processus de transformation enclenché en 2017. Avec le recrutement de la nouvelle chargée de communication fin 2018, ce travail sur l'identité de la SMAC est entré dans sa phase préparatoire puis a été mis en œuvre début 2019.

Recherche du nouveau nom

La première étape de ce travail sur l'identité de la salle a démarré par la recherche d'une méthodologie : après consultation d'autres structures culturelles ayant mené une démarche similaire, il a été choisi de se faire accompagner par une structure spécialisée. Deux agences ont été consultées, l'une montée par l'ancienne responsable communication de Stereolux et recommandée par Penn Ar Jazz (La Petite Mécanique), l'autre agence de contenus recommandée par Trempolino (Idle). Par préférence pour la démarche de réflexion collective et accompagnée proposée par La Petite Mécanique, c'est cette agence qui a été retenue. A l'inverse, Idle proposait de livrer une shortliste de noms sans que l'équipe puisse participer à la réflexion, ce qui ne convenait pas à l'association. La perspective d'un travail participatif correspondant à la volonté et au projet de l'équipe permettait également d'éviter l'écueil d'une nouvelle identité hors-sol, difficile à faire accepter.

Toujours dans la perspective d'une démarche collaborative, l'association a souhaité mettre en place un comité, représentant les différentes parties faisant fonctionner l'équipement, pour réfléchir au nouveau nom de la salle. L'enjeu était de refléter les différentes perceptions et contraintes de toutes celles et tous ceux qui font fonctionner la salle, et donc d'être au plus proche de sa réalité. Ils se sont réunis sept fois entre fin janvier et début avril 2019 pour travailler à la recherche de noms et ont proposé au CA de l'association une shortliste de 5 propositions, dans laquelle les administrateurs ont fait leur choix final le 15 avril 2019.

Le travail de recherche du nouveau nom s'est effectué en deux grandes étapes : tout d'abord, une étape de défrichage avec l'envoi d'un questionnaire préparatoire aux membres du CA, aux salariés, aux adhérents l'ayant demandé, aux partenaires afin d'identifier les envies, inspirations, rejets etc. (32 réponses) et l'envoi de documents internes à La Petite Mécanique (projet, statuts, etc.). Le comité de pilotage est entré en action à partir de ces premiers retours, et a défini les 6 grands thèmes (liés au projet) dans lesquels chercher des idées de noms, sur proposition de l'agence accompagnant le travail. Ensuite, une seconde phase de travail a démarré où il a fallu produire des listes de noms, discuter chaque mot et chaque tournure, au fur et à mesure des réunions. Des listes de vocabulaire sont ensuite devenues des listes de noms potentiels, entre 150 et 200 ont été discutés. Toutefois, à l'approche des étapes finales prévues dans le premier calendrier de travail, une inquiétude est apparue quant à la représentativité des dirigeants de la structure dans le travail du comité de pilotage et l'importance de leur capacité à porter et représenter le nouveau nom. Il a donc été décidé d'intégrer le directeur au comité de pilotage pour répondre à ce besoin et donner une nouvelle dynamique à la recherche du nom, qui risquait de dévier des besoins initiaux. Le calendrier a ainsi été étendu de 3 semaines, et le vote final du CA repoussé, pour que le travail du comité puisse prendre un nouveau rebond.

A l'unanimité, le comité de pilotage a composé une shortliste de 5 propositions de noms et fait sa recommandation au CA. Le CA de l'association s'est ensuite réuni deux fois : une première fois pour la présentation des noms et l'explication de leur choix, une seconde fois pour une dernière discussion et le vote final. A l'unanimité également, le CA a choisi « Bonjour Minuit », qui était aussi la recommandation du comité de pilotage.

Bilan du changement d'identité 2/3

C'est donc un choix commun et porté collectivement qui a abouti à baptiser la SMAC de Saint-Brieuc Bonjour Minuit :

- pour évoquer le Point du Jour : trente ans d'existence et une histoire forte avec son quartier des Villages, une correspondance au long cours que l'équipe a jugé nécessaire de conserver dans cette nouvelle identité. Le thème du jour fait référence à la MJC du Point du Jour et dessine la continuité de l'histoire du bâtiment.
- pour se retrouver de jour comme de nuit : les deux faces du projet en action. En journée, être une bulle de vie pour le quartier, travailler avec les publics des milieux scolaire / hospitalier / carcéral, accueillir les artistes en résidence ou en répétition. La nuit, ouvrir les deux scènes pour vivre ensemble une expérience forte, nourrie de performances sans pareil.
- pour redécouvrir la salle de Saint-Brieuc : toute nouvelle rencontre démarre par une salutation! Avec cette expression bienveillante souhaitant un jour favorable, le nom marque aussi une forte volonté d'engager la conversation avec son territoire et d'ouvrir ses portes.
- pour dire au revoir à La Citrouille : tout en prenant en compte l'attachement du quartier pour son identité précédente, faire un clin d'oeil à la transformation de La Citrouille et sa nouvelle vie.
- pour saluer Nina Simone : Lady Midnight, compilation sortie en 1987, est la pièce du puzzle qui complète l'association de la salle à sa localisation, la bien-nommée Place Nina Simone. Icône puissante et légendaire, saluons celle qui est une figure majeure de la scène musicale contemporaine.

Il a été décidé de dévoiler cette nouvelle identité lors de l'Assemblée générale annuelle : le 21 mai, une conférence de presse a été organisée en fin d'après-midi, en présence de partenaires publics, professionnels et culturels locaux. Ensuite, cette identité a été présentée aux adhérents lors de l'AG et simultanément rendue publique sur les réseaux sociaux et sur le site web de la salle.





Identité graphique intemporelle de Bonjour Minuit

Une fois la nouvelle identité de la salle définie, il a été nécessaire de lui donner corps graphiquement pour pouvoir la présenter au public. Une consultation a donc été organisée pour choisir l'agence qui dessinerait le bloc-marque de Bonjour Minuit, et en parallèle, il a été demandé à No Sun Media de produire une sérigraphie pour la présentation du nom le 21 mai 2019.

Dans une première liste de graphistes la plus complète possible, ayant juste été sélectionnés sur leur capacité à produire une identité graphique intemporelle d'après leur site internet, l'équipe a voté et choisi 8 graphistes ou agences. Après étude de leur dossier et proposition, c'est l'agence Murmure qui a été retenue. Trois livrets de proposition ont été nécessaires pour aboutir au bloc-marque final car les multiples facettes du nom (reprises dans le brief) ont rendu difficile le travail de ciblage artistique De même, pour avoir le temps de faire convenablement ce travail de recherche et sans précipitation vu les enjeux et l'investissement financier, il a été finalement choisi de repousser la présentation du bloc-marque (initialement prévue lors de la conférence de presse et AG du 21 mai) qui s'est faite le 24 juin, par une publication sur les réseaux sociaux de la salle (3 560 personnes touchées, 627 interactions sur Facebook / 5 899 impressions, 117 interactions sur Twitter / 1116 impressions (33% non abonnés), 53 interactions sur Instagram), puis le 18 juillet 2019 par l'envoi d'un mailing de présentation aux partenaires et professionnels (454 destinataires, 56% d'ouverture).

Bilan du changement d'identité 3/3

BINJIUR Mivuit

musiques actuelles



à Saint-Brieuc Dû au report de la pu

Dû au report de la publication du bloc-marque, il a été nécessaire de trouver une autre voie graphique pour présenter le nouveau nom de la salle le 21 mai. L'atelier de sérigraphie No Sun Media, avec qui la salle travaillait déjà puisqu'ils ont produit une dizaine de sérigraphies pour des concerts de la saison 2018-19, basé en local et dont certains membres répètent avec Dewaere dans les studios de la SMAC, a donc produit un visuel à partir des éléments d'identité du plan de communication. Cette sérigraphie, construite sur les notions de kaléidoscope et d'univers, a ainsi été animée dans une vidéo présentée lors de l'annonce du nouveau nom de la salle. Le parti pris local dans le choix des artistes graphiques (musiciens de Dewaere) et pour la bandeson de la vidéo (titre d'Alter Real, accompagné par la salle) était aussi important pour mettre en perspective le projet et les valeurs de Bonjour Minuit. La vidéo de l'animation a été vue 94 fois en natif sur Vimeo mais le post Facebook a généré 13 826 impressions, 589 vues de vidéo (vidéo la plus performante de la page), 2 744 interactions (1% de réactions négatives, hors commentaires) / 1289 impressions, 167 vues de vidéo, 26 interactions sur Twitter. Le communiqué de l'annonce a reçu un taux d'ouverture de 44% et la newsletter 29%, ce qui est supérieur au taux moyen des autres envois. L'article de blog présentant le nouveau nom et le visuel totalise 673 vues uniques, soit 1.6% du total du site, et se classe en 9e page la plus consultée du site au 31/12/2019.

Note: La rédaction du plan de communication 2019-22 de la salle a démarré après le début du travail du comité de pilotage et s'est fait parallèlement à la construction du nom. C'est pourquoi le nouveau nom n'est pas un outil de la stratégie de communication mais l'inverse, la stratégie est construite sur la nature du nom et de son choix par l'association

La présentation de la nouvelle identité de la salle a ainsi été, sans surprise, l'événement le plus marquant de la communication 2019 : les statistiques de consultation du site web, des réseaux sociaux, des mailings, montrent bien le fort impact de ce rendez-vous tout comme l'intérêt du public et des partenaires.

Bilan complet graphisme, supports et diffusion 1/3

Identités graphiques de saison

De Janvier à Juin 2019, le graphisme de saison était assuré par Jhulyus dans la continuité du concept graphique défini en début de saison 2018-19. Si le visuel était plus lisible sur ces deux trimestres car plus épuré (motif central sur aplat de couleur) que la première déclinaison de septembre 2018, le constat reste le même : le concept de représenter 3 styles musicaux par leurs codes graphiques tendait à être caricatural et pas réellement adapté à la programmation de la salle, ni à sa vision des musiques actuelles. Le concept ayant été validé à l'été 2018 par l'association, il ne pouvait pas être remis en question en cours de saison et donc a suivi son cours jusqu'au terme de l'engagement pris avec la graphiste.

Au printemps 2019, une fois les derniers supports de la saison imprimés, la collaboration a ainsi pris fin avec Jhulyus et a donné lieu à un bilan serein. Il n'a pas été évoqué de renouvellement car il était clair pour les deux parties que la collaboration n'était pas à la hauteur des demandes et des enjeux de la salle, passés et à venir avec le nouveau nom. (NB: à cette période, l'identité « Bonjour Minuit » était en cours de finalisation).

Un travail de prospection a ainsi été engagé pour rechercher un nouveau prestataire graphique : une fois le brief et les attentes définis, l'équipe a sélectionné dans la liste-inventaire (établie pour l'identité de Bonjour Minuit) 7 graphistes ou agences et 5 d'entre eux ont envoyé un dossier de candidature. A noter, 2 d'entre eux avaient aussi été retenus pour la consultation institutionnelle. Après étude des propositions, c'est la graphiste indépendante Culotte Graphics qui a été retenue.

Dans le cadre du plan de communication 2019-22, la réflexion sur la stratégie des supports et du calendrier a amené une refonte complète en la matière. Profitant du changement de nom, il a été décidé de passer sur un calendrier janvier-décembre à partir de 2020 et d'abandonner le modèle de la saison culturelle avec ses supports trimestriels. A la place, l'année est découpée en cycles de deux mois avec son identité graphique déclinée tout au long des cycles comme une histoire : de Bonjour en janvier à Minuit en décembre. Dans ce contexte, la période septembre-décembre s'est retrouvée flottante entre la saison 2018-19 et la future année 2020.

Cet entre-deux a ainsi été dédié au nouveau nom et graphiquement, a été une variation de la sérigraphie conçue par Nosun Media. Cela permettait ainsi à Culotte Graphics de partir d'une base graphique et donc de pouvoir ajuster son devis à l'enveloppe de la salle, et ça permettait à la salle d'asseoir un peu plus son nouveau nom, tout en restreignant son budget pour boucler l'année en atteignant ses objectifs financiers. Il faut néanmoins noter que Nosun Media ne s'est pas positionné sur une facturation de droits pour l'utilisation de sa création graphique par Culotte, plus par manque de disponibilité que de volonté, et que ce manquement a pu générer de l'incompréhension de sa part.







Bilan complet graphisme, supports et diffusion 2/3

Supports de saison

Après une première phase d'observation fin 2018 due au changement de personnel au poste de communication, les supports ont commencé à évoluer dès le début 2019 : dans la conception graphique, pour privilégier la lisibilité et la hiérarchie des informations, mais aussi dans le format avec un flyer passé en 2 volets et l'agrandissement du format du programme pour réduire les pages. Ces ajustements à la marge ont permis de gagner en efficacité en attendant de mener une réflexion globale et plus aboutie dans le cadre du plan de communication.

Le flyer de programmation, sous forme d'un A6 (10.5 x 14.8 cm) recto-verso, est devenu un A6 2 volets s'ouvrant verticalement (10.5 x 15 cm fermé, 10.5 x 30 cm ouvert). L'agrandissement a ainsi permis de formaliser un agenda lisible et pratique à fixer sur un mur, et de gagner de la place pour détailler les informations pratiques (tarifs, salle, heure, « si vous aimez » etc.) qui n'apparaissaient pas auparavant, tout en augmentant les tailles de texte.

Le programme, anciennement au format A6 (10.5 x 14.8 cm) avec une couverture plus épaisse en 250g, était inconfortable à manipuler car très rigide et petit, ce qui obligeait à utiliser une double page pour chaque soirée (une page par concert) et donc à avoir un nombre élevé de pages (44p). En le passant au format 14x18cm, cela permettait d'être au plus près des calages de l'imprimeur pour limiter la perte de papier et donc réduire les coûts, tout en augmentant la surface de contenus. Il a été possible d'inscrire une soirée par page et de baisser leur nombre total à 24 ou 28p suivant les périodes. Ce changement de format permettant de limiter le nombre de pages dédiées aux concerts, il a également dégagé de l'espace pour présenter les actions culturelles, le travail d'accompagnement ou les informations de prévention et d'accessibilité qui n'apparaissaient pas auparavant (entre 4 et 6 pages). La quatrième de couverture a aussi été repensée pour faire figurer l'agenda des concerts plutôt que les informations pratiques, déplacées en pages intérieures. Les partenaires ont aussi gagné en visibilité, avec l'ajout des logos partenaires pros et médias et d'une rubrique remerciements, plus un espace de présentation des rendez-vous des partenaires culturels du réseau Après-Mai et de Saint-Brieuc.

	JANV-MARS 2019	AVRIL-JUIN 2019	SEPT-DEC 2019
Affiches magasin (30 x 60 cm)	500 ex	400 ex	400 ex + 100 ex
Affiches collage (70x100 cm)	700 ex	700 ex	700 ex
Flyers (A6 2 volets)	10 000 ex	10 000 ex	10 000 ex
Programme (14x18 cm)	5 000 ex	5 000 ex	5 000 ex

Les quantités des supports ont relativement peu varié au cours de l'année 2019, sauf sur la période de septembre à décembre 2019 dont la distribution a commencé fin juillet : la période à couvrir étant très longue, une pénurie de supports a nécessité de réimprimer quelques affiches magasin. Faute de budget, cela n'a pas été le cas des flyers qui ont vite été épuisés et il n'a pas été possible de faire de réassort fin octobre comme prévu. Après diffusion, sont restés 50 affiches collage pour janvier-mars, 100 affiches collage pour avril-juin, 50 programmes, 200 affiches collage et 800 flyers pour septembre-décembre.

Supports indépendants

Il a été fabriqué des affiches pour plusieurs soirées spécifiques, hors communication de saison, car les producteurs n'en ont pas fourni et ces dates portaient un enjeu financier et de notoriété fort, en plus d'avoir un remplissage difficile : Sadat X & El Da Sensei + Flynt + Babs le 09 mars (créa interne, 400 ex), 100% hip-hop féminin le 31 octobre (modèle par Culotte Graphics, 500 ex), Nuit electro du 02 novembre (modèle par Culotte Graphics, 400 ex), The Psychotic Monks + Dewaere le 08 novembre (modèle par Culotte Graphics, 400 ex). Deux flyers ont aussi été édités, l'un pour promouvoir les 2 dates du week-end d'Halloween, l'autre les 2 dates rocks de The Psychotic Monks et Lysistrata, à 5 000 ex chacun et avec les visuels des affiches concernées. Pour toutes ces dates, le graphisme a été réalisé de façon très neutre et autour des photos de presse des artistes, avec les informations pratiques insérées dans le visuel pour ne pas nécessiter de bandeau collage. En moyenne, les productions ont fourni leurs propres affiches pour 72% des concerts.

Deux temps forts de la saison ont également nécessité la production de supports qui leurs étaient propres : la Fête de la Bretagne les 24 & 25 mai et Happy Day #2 le 14 septembre.

Bilan complet graphisme, supports et diffusion 3/3

En terme de gestion administrative, ces événements sont construits en dehors de la saison : ils ont ainsi leur propre budget, comprenant une ligne communication qui n'intervient pas dans le budget communication de la saison. D'autre part, ils font aussi l'objet de financements publics spécifiques nécessitant donc une visibilité des partenaires différente des supports de saison. Enfin, ce sont des rendez-vous phares de la saison qui ont besoin d'être valorisés différemment pour marquer le territoire et s'adresser à un public autre que les spectateurs habituels.

Pour le graphisme, No Sun Media a été sollicité pour créer le visuel de la Fête de la Bretagne et pour cela, s'est inspiré de l'estampille imposée par le dispositif. Pour Happy Day #2, Dezzig, le même graphiste que pour l'édition précédente, a été sollicité afin de continuer l'identité graphique de l'événement précédent et d'aider à l'identifier hors saison.

	Fête de la Bretagne 2019	Happy Day 2019
Affiches magasin (40 x 60 cm)	150 ex	200 ex
Affiches collage (70x100 cm)	250 ex	400 ex
Flyers	(A6) 2 500 ex	(A5) 5 000 ex

<u>Diffusion des supports</u>

Bonjour Minuit comptant dans son personnel un factotum, la très grande majorité de la diffusion des supports est ainsi organisée en interne. Lorsqu'il est fait appel à un prestataire en externe, c'est pour couvrir une zone géographique régionale ou lorsqu'il s'agit de réseaux d'affichage spécifiques.

Le factotum s'occupe de diffuser les affiches et flyers en magasin (portage) sur la zone de l'agglomération de Saint-Brieuc de façon exhaustive, à Lamballe et Guingamp en portage ciblé. De plus, il assure aussi le collage d'affiches sur les mêmes zones de façon régulière, ajustée sur l'actualité de la salle. Avec le rythme trimestriel des supports en 2019, l'organisation de la diffusion portage était pensée pour un premier passage avant le début du trimestre puis un second de réassort au milieu. Toutefois, la gestion des stocks n'a pas été faite en fonction et n'a donc pas permis d'avoir assez de visibilité pour anticiper ce réassort, il n'y a donc eu qu'un seul passage en magasins par trimestre.

Pour le collage, un travail de formalisation des circuits a été mené sur des plans au bureau. Lorsqu'il a été nécessaire de faire du collage régional, les prestataires sollicités ont été Culture Ouest Média (213 Productions) qui couvre l'Ille-et-Vilaine et la société Ty Zicos pour Brest.

Il y a eu 8 campagnes de collage à Brest : 3 pour la programmation de saison et 5 pour des dates spécifiques (Vaudou Game, Sadat X & El Da Sensei, Kikesa, Nuit electro, 100% hiphop féminin, The Psychotic Monks). A Rennes, pour limiter les coûts, toutes les campagnes de collage se sont faites dans le cadre d'un échange : Culture Ouest Média a collé 6 campagnes pour des dates soit 775 affiches (Sadat X & El Da Sensei, Grand Blanc, Fête de la Bretagne, Nuit electro, 100% hip-hop féminin, The Psychotic Monks), le factotum de la salle a collé 6 campagnes soit 725 affiches pour des spectacles 213 Productions. Enfin, pour accentuer la communication autour des 3 dates de fin octobre / début novembre (Nuit electro, 100% hi-hop féminin, The Psychotic Monks), 5 opérations de distribution mano en concert à Rennes ont été réalisées.

En 2019, la Ville de Saint-Brieuc a accepté de mettre à disposition 2 fois par an son réseau d'affichage 120 x 176 cm, à la période de septembre et février, sur le même modèle que La Passerelle. En revanche, Saint Brieuc Armor Agglomération a refusé de le faire, choisissant de ne mettre en avant aucune saison culturelle. Le Département des Côtes d'Armor a également refusé de mettre à disposition son réseau 120 x 176 cm.

L'année 2019 a été une année de transition importante pour les supports : changement de prestataire graphique, préparation au calendrier 2020, changement des formats... En résulte une identité graphique décousue mais aussi un territoire de distribution élargi en fonction des besoins.

Bilan complet médias et publicité 1/2

Achats publicitaires

Dans le contexte budgétaire de l'année 2019, les choix publicitaires sont restés modestes et similaires à ce qui se faisait en 2018. Pour chaque trimestre de programmation, la salle a acheté des encarts uniquement dans les gratuits culturels régionaux (Ty Zicos, Bikini, Wik Rennes et Cri de l'Ormeau). Pour chaque, elle a acheté des encarts 1/2p en janvier, avril et septembre sauf pour Wik Rennes où il n'y a pas eu d'achat en septembre. A l'inverse, dans le Cri de l'Ormeau une pleine page a été achetée en septembre et une demie page en plus en novembre pour soutenir les dates du moment. En plus de ces supports, 2 encarts ont été achetés dans le magazine du quartier Le Villageois au format 1/8p en mars et octobre.

Outre les achats d'encart, d'autres formes de publicité ont été développées en 2019 : 17 campagnes de sponsorisation d'événement ont été mises en oeuvre sur Facebook, avec un coût moyen par résultat de 0.57 € (variant de 0.18 € pour le concert de Minuit à 1.76 € pour Grand Blanc) et un nombre d'impressions moyen de 10 700 (variant de 2 825 pour Label Charrues à 19 967 pour la promotion des forfaits billetterie en octobre 2019). Un partenariat Infoconcert a été mis en place, avec l'envoi à chaque trimestre d'une newsletter géolocalisée et, pour les deux premiers trimestres uniquement, la diffusion de bannières web sur le site (arrêtées par souci d'économie et d'efficacité). Le bilan du premier trimestre indique 26 848 impressions de la newsletter et 15% de taux d'ouverture, et des bannières avec un taux moyen de clic de 0.1%. Les bannières mobiles ont été un peu plus efficaces que les bannières desktop car s'adressant à un public plus jeune et donc plus sensible à la programmation de la salle. Enfin, dans le cadre de la relance de fin d'année, une campagne de 36 spots radio sur Virgin Saint-Brieuc a été diffusée pendant 6 jours, du 25 au 31 octobre pour promouvoir la Nuit electro du 02 novembre.

En comparaison avec 2018, les quelques achats nationaux ont été arrêtés au profit du renforcement des achats régionaux et du développement de la publicité web. La relance de communication décidée en fin d'année a aussi permis de faire une campagne radio pour la première fois.

Partenariats médias

Sur l'année 2019, il y a eu 3 partenariats médias tout au long de l'année : les radios Radio Activ' et CobFM en médias locaux, OuiFM en média national. Avec les deux radios locales, ce sont des partenariats menés sur une sélection de concerts pour lesquels les radios diffusent un spot promotionnel (environ 68 spots / concert pour CobFM et 50 spots / semaine pour Radio Activ') en plus d'un soutien rédactionnel (une interview longue d'environ 20mn par trimestre pour CobFM et 10mn de chronique par semaine pour Radio Activ').

Du côté des médias nationaux, le partenariat OuiFM était une opération vraiment ponctuelle car liée à l'esthétique précise des soirées et des groupes soutenus par la radio. Ainsi, il a été mis en place sur les dates de Mass Hysteria et Minuit. Des discussions étaient en cours pour le mettre en place sur la fin d'année 2019 (The Psychotic Monks et Lysistrata) mais le partenariat a été abandonné du fait d'un changement de personnel côté OuiFM qui en a retardé la mise en place, et du manque de disponibilité de la chargée de communication de Bonjour Minuit à ce moment.

Dotations de places

Quelques dotations de places ont aussi été attribuées dans le cadre des achats d'encarts ou pour actionner de la publicité indirecte sur la date : certains concours avec beaucoup de places inutilisées (et sans enjeu local) n'ont pas été renouvelés, d'autres dépendant de la programmation restent des opérations ponctuelles. De façon générale, le taux de présence des gagnants est faible.

	JANV-MARS 2019	AVRIL-JUIN 2019	SEPT-DEC 2019	moyenne des places inutilisées
Bikini	8 places, 25% inutilisées	2 places, 100% inutilisées	-	62,5%
CobFM	15 places, 53% inutilisées	12 places, 42% inutilisées	11 places, 73% inutilisées	56%
Cri de l'Ormeau	2 places, 50% inutilisées	4 places, 50% inutilisées	2 places, 100% inutilisées	67%
Infoconcert	14 places, 86% inutilisées	6 places, 100 % inutilisées	-	93%
OuiFM	6 places, 66% inutilisées	4 places, 0% inutilisées	-	83%
Radio Activ'	24 places, 21% inutilisées	10 places, 20% inutilisées	18 places, 33% inutilisées	25%
autres médias	Metalobs : 4 places, 75% inutilisées Metalzone : 2 places, 0% inutilisées Wik Rennes : 16 places, 88% inutilisées		Ty Zicos: 4 places, 0% inutilisées	

Bilan complet médias et publicité 2/2

Du côté des demandes d'accréditations, se distinguent les photographes qui font leur demande pour un concert précis et donc viennent systématiquement, ainsi que les quelques médias fidélisés sur la programmation de la salle (ConcertMonkey, Litzic). Du côté de la presse régionale, il est plus difficile d'établir des tendances : il semblerait que Le Télégramme se déplace plus facilement sur les collaborations (Complet'Mandingue, Tournée des Trans, Breizh Disorder) et les grands rendez-vous (Miossec, Minuit) alors que Ouest-France vient uniquement sur les grands rendez-vous (Miossec, Minuit) ou les dates avec attachées de presse nationales (Les Louanges). Enfin, Le Penthièvre envoie facilement son photographe qui pige aussi pour International HipHop Magazine, expliquant sa présence sur les rendez-vous rap uniquement. Enfin, les accréditations Radio Activ sont destinées à l'équipe associative de la radio. De manière générale, les accréditations ne génèrent pas de retour médias, hormis les blogs qui postent systématiquement un report (ConcertMonkey, Litzic).

	JANV-MARS 2019	AVRIL-JUIN 2019	SEPT-DEC 2019	moyenne accred inutilisées
ConcertMonkey	2 accred, 0% inutilisées	3 accred, 0% inutilisées	4 accred, 0% inutilisées	0%
Deadalus	-	-	2 accred, 0% inutilisées	0%
Divers médias	1 accred, 0% inutilisées	-	4 accred, 25% inutilisées	13%
Le Penthièvre	1 accred, 0% inutilisées	1 accred, 0% inutilisées	2 accred, 0% inutilisées	0%
Le Télégramme	-	2 accred, 50% inutilisées	2 accred, 0% inutilisées	25%
Litzic	-	1 accred, 0% inutilisées	3 accred, 0% inutilisées	0%
Ouest France	-	1 accred, 0% inutilisées	3 accred, 33% inutilisées	17%
Photographes	2 accred, 0% inutilisées	4 accred, 0% inutilisées	5 accred, 0% inutilisées	0%
Radio Activ	9 accred, 22% inutilisées	2 accred, 0% inutilisées	-	11%

Rendez-vous médias

Au cours de l'année 2019, Bonjour Minuit a été invité 2 fois aux micros de CobFM et RCF22 pour présenter la programmation et a fait 35 interventions dans l'émission hebdomadaire de Radio Activ' le jeudi soir. En parallèle, il y a eu 11 invitations aux médias : 5 pour des résidences ou ateliers d'action culturelle, 6 pour des points presse liés à l'actualité de la salle (programmation, partenariats, naming). La presse quotidienne régionale et les radios locales répondent presque systématiquement présent aux points presse de la salle. Enfin, quelques rendez-vous spécifiques ont eu lieu (Ouest-France pour le Kamehameha Club, Tebeo et Hitwest à Rabelais avec Da Silva, France3 Rennes pour la Tournée des Trans). Bonjour Minuit a aussi participé à la conférence de presse organisée par la mairie pour la Fête de la Musique et accueilli la conférence de presse du festival Carnavalorock 2019.

Dans l'ensemble, les relations entre Bonjour Minuit et les médias sont positives : avec de solides bases en local et quelques collaborations spécialisées en régional, les partenariats et le traitement de la salle amènent une stabilité. A l'échelle nationale en revanche, la salle est inexistante et les quelques concours menés ont de très faibles résultats.

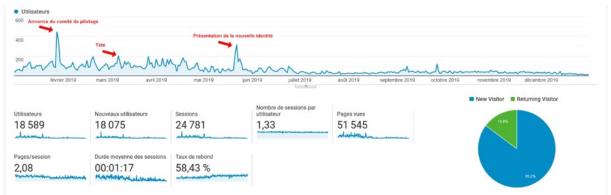
Bilan complet web et réseaux sociaux 1/5

Sites web

Le bilan de l'année 2019 est particulier car il se fait sur deux sites internet : lacitrouille.bzh, actif jusqu'à l'été et désormais vidé de son contenu jusqu'à sa prochaine désactivation, et bonjour-minuit.fr qui a pris le relais avec la nouvelle identité.

Important: Google Analytics a été activé en fin d'année 2018, il n'est donc pas possible de faire de comparatif entre les années 2018 et 2019. Le taux de rebond du site lacitrouille.bzh ne doit pas être pris en compte car le site a été vidé de son contenu à l'activation de bonjour-minuit.fr, entrainant mécaniquement une hausse du taux de rebond. La moyenne annuelle n'est donc pas représentative. De même, les statistiques concernant les pages vues sont réalisées sur les 6 mois d'activité du site pour ne pas fausser le résultat. Pour bonjour-minuit.fr, l'analyse porte sur la période suivant son activation donc de mai à décembre 2019 : il n'y a donc pas de statistique annuelle sur le nombre de pages vues.

LACITROUILLE.BZH

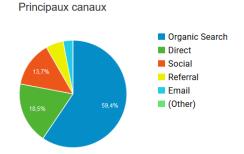


Sans surprise, la publication des articles de blog présentant le début du travail sur la nouvelle identité puis dévoilant Bonjour Minuit ont suscité de forts pics de fréquentation du site web. Il est intéressant de noter qu'en dehors de ce trafic exceptionnel, les concerts ont créé des pics de fréquentation relativement similaires les uns aux autres. Il est possible d'en conclure que le guidage du public vers le site pour les informations liées aux dates fonctionne de façon homogène d'une date à l'autre.

Le site totalise sur l'année 51 545 pages vues (dont 42 230 vues uniques) pour un temps moyen passé sur la page de 1 mn 11. Sur les 6 premiers mois de l'année, et sans surprise, les pages les plus vues sont la page d'accueil, la page agenda et la page contact mais il est intéressant de noter que les 4 pages suivantes sont encore liées aux missions de la salle (équipe, action culturelle, billetterie, les studios) puis arrivent les premiers concerts (Tété et Kikesa). En nombre de vues uniques, le résultat est presque identique sauf que l'article de blog sur l'annonce du travail du comité de pilotage pour la nouvelle identité arrive en n°8. Cela veut donc dire que cette annonce a suscité l'intérêt d'un plus grand nombre de personnes différentes là où les articles concerts du classement amènent une même personne à les consulter plusieurs fois. C'est encore plus flagrant si on regarde le taux d'entrée sur le site par la page en question : cet article de blog sur le comité de pilotage arrive directement en troisième position, derrière la home page et l'agenda. Viennent ensuite la billetterie, le concert de Kikesa et l'article présentant Bonjour Minuit.

Ainsi, les pages qui ont intéressé un plus grand nombre de lecteurs différents sont liées au changement d'identité (principalement l'article d'annonce du travail du comité de pilotage) et une forte audience est arrivée sur lacitrouille.bzh directement par ces pages : c'est donc l'effet d'annonce et l'information en elle-même qui ont généré l'audience. Côté concerts, les trois pages qui ressortent le plus sont celles de Tété, Kikesa et Miossec.

Le trafic vient très majoritairement des moteurs de recherche, puis de façon assez similaire de la saisie de l'url directe et des réseaux sociaux. Les sites référents sont dominés par Facebook (63%), puis quelques moteurs de recherche (hors Google) et les sites de la Ville de Saint-Brieuc et de Ty Zicos. La « search console » d'Analytics dysfonctionnant, il est malheureusement impossible d'accéder aux requêtes saisies par l'audience.



Les visites sur le site se font à part égale depuis un ordinateur (51%) et depuis un téléphone mobile (45%). Les tablettes, représentant moins de 5%, sont anecdotiques dans ce ratio.

Bilan complet web et réseaux sociaux 2/5

BONJOUR-MINUIT.FR

Si l'on compare les 6 mois d'activité de chacun des sites, la répartition entre les nouveaux visiteurs (83%) et visiteurs fidélisés (17%) est identique : ce qui tend à suggérer que le public a pris les mêmes habitudes d'un site à l'autre, sans perte due au changement.



Le taux de rebond moyen sur tout le site est plutôt bon car à 41% il est dans la fourchette basse de la moyenne acceptable pour un site (de 40 à 60%), cela indique donc que les visiteurs arrivant sur le site y restent. Les pics de fréquentation sont assez logiquement concentrés sur la programmation de la salle et, à nouveau, de façon relativement homogène d'une date à l'autre. On peut noter que les festivals de fin d'année Complet'Mandingue et Tournée des Trans ont suscité plus d'intérêt, en lien avec leur forte notoriété pré-existante. Mais la publication ayant suscité le plus fort pic d'audience est l'article de blog expliquant les raisons du report de la soirée 100% Hip-hop féminin du 31 octobre dans le Club (au lieu de la Grande salle initialement prévue). Cela va de pair avec le bouche-à-oreille autour de cette publication, dont l'équipe a beaucoup entendu parler.

De façon assez similaire à lacitrouille.bzh, les 3 pages les plus vues du site sont la page d'accueil, l'agenda et la page contact. A nouveau, les pages suivantes sont liées aux missions de la salle : l'équipe, les studios, l'action culturelle et l'accompagnement. Le festival Complet'Mandingue se glisse au milieu en n°7 et il faut noter que la page billetterie arrive en 10ème position : faut-il en conclure que les modalités tarifaires de la salle sont désormais connues et ne suscitent plus de recherche d'information ? En nombre de vues uniques, le classement pratiquement identique : il est intéressant de noter que

l'article de blog sur la soirée hip-hop féminin évoqué plus haut n'apparait pas dans le top 10 des pages les plus vues ou avec le plus de vues uniques... Mais il arrive en 5ème position des pages ayant suscité le plus d'entrées sur le site, avec Happy Day, Complet'Mandingue et Breizh Disorder.

Ainsi, les pages les plus vues du site sont liées à l'activité annuelle de la salle et à ses missions génériques mais les pages qui suscitent le plus d'entrées sur le site sont celles liées aux collaborations à forte notoriété (Complet'Mandingue, Breizh Disorder) ou aux annonces événement comme celle du report au Club de la soirée hip-hop féminin. Happy Day est aussi une source de trafic extérieur forte, c'est important à souligner pour cet événement que la salle cherche à installer.

Outre les recherches Google, il apparait que l'audience de bonjour-minuit.fr vient fortement de sites référents, cela s'explique par la logique redirection des visiteurs de lacitrouille.bzh vers bonjour-minuit.fr (51% des références). Les publications Facebook sont aussi une forte part des sources de trafic (35%) puis le site de la Ville de Saint-Brieuc arrive en 5ème position (3%).

Le ratio d'utilisateurs d'ordinateurs ou de téléphones est quant à lui similaire à celui de lacitrouille.bzh, avec 53% pour le premier et 44% pour les seconds.



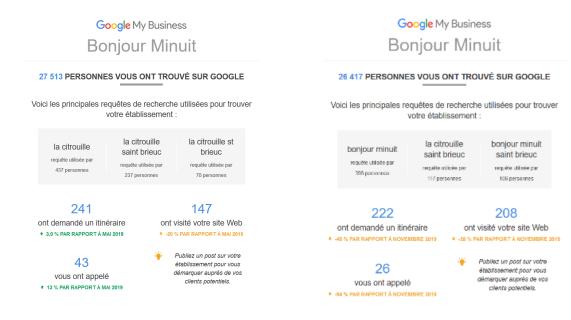
GOOGLE BUSINESS

Il y a peu de statistiques disponibles sur une durée aussi longue qu'un an avec Google My Business mais la fiche de la salle donne quelques indications. A noter que le changement de nom n'a pas doublonné la fiche, c'est la même fiche établissement qui a été renommée.

L'établissement a une note globale de 4.4/5, sa fiche a été trouvée suite à une recherche 190 725 fois (sur Google ou Google Maps) et dans 76% des cas, la recherche s'est faite avec le nom ou l'adresse de la salle. Il y a eu 3 303 recherches d'itinéraires à partir de la fiche, 2 732 visites sur le site de la salle et 471 appels.

Bilan complet web et réseaux sociaux 3/5

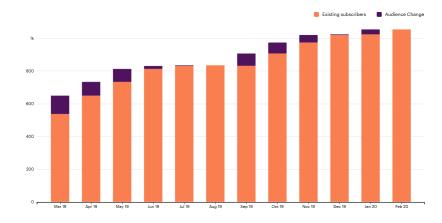
D'après les rapports reçus entre juin et décembre 2019, le top 3 des requêtes est une variation de La Citrouille ou La Citrouille Saint-Brieuc. A partir de septembre, la requête Bonjour Minuit arrive dans le top 3 et devient majoritaire à partir de décembre.



<u>Newsletter</u>

Mailchimp ne permet pas de choisir les périodes de statistique, donc il n'est possible d'avoir qu'une photo partielle de l'évolution de l'audience de la newsletter publique. Le nombre d'abonnés évolue de façon régulière, avec une pause sur la période de l'été. Avec une performance moyenne de 25% de taux d'ouverture, c'est un résultat dans la moyenne européenne et un peu au-dessus de la moyenne du secteur d'activité. Le taux de désabonnement est également dans la moyenne avec 0.2%.

La newsletter publique la plus lue est celle annonçant l'agenda de février 2019 (41.5%), la newsletter dédiée aux adhérents la plus lue est celle de l'invitation à l'assemblée générale (60.3%).



A noter que les communiqués, également envoyés par le biais de l'outil newsletter, affichent un taux moyen d'ouverture de 32.7 % et de désabonnement de 0.0 %, de bons résultats qui montrent l'intérêt de l'audience concernée. Le communiqué le plus ouvert est celui du programme mensuel de septembre (44%), puis celui présentant la nouvelle identité de la salle (43.9%).

Réseaux sociaux

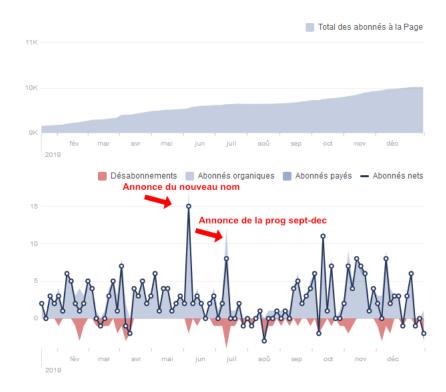
Bonjour Minuit a un compte sur Facebook, Twitter, Instagram et Vimeo: chaque compte a, depuis mai 2019, le même identifiant @BonjourMinuit22 afin d'uniformiser la présence numérique de la salle. Seule la page Facebook est alimentée quotidiennement et avec une organisation des contenus, les autres comptes sont sous-utilisés par manque de temps pour concevoir une véritable stratégie de contenus. Globalement, il est possible de résumer leur utilisation en disant que Twitter sert à relayer l'information médias, Instagram à couvrir les concerts en direct et Vimeo à constituer une bibliothèque d'archives. Ce déficit de stratégie sur les réseaux sociaux va nécessiter dès que possible un travail spécifique pour y remédier.

Les comptes pré-existants de La Citrouille ont tous été renommés et convertis en Bonjour Minuit, il n'a pas été nécessaire de créer de nouveau compte. En revanche, le compte Youtube La Citrouille a été laissé tel quel puisqu'il n'est pas alimenté et remplacé par Vimeo actuellement (qui permet de mettre à jour les vidéos sans changer le lien, utile pour faire valider les vidéos par les productions).

Bilan complet web et réseaux sociaux 4/5

PAGE FACEBOOK

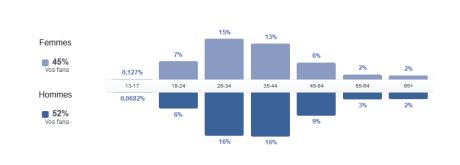
L'audience a progressé de 9 155 à 10 012 personnes sur l'année 2019, soit 9% d'augmentation et une évolution un peu plus lente qu'en 2018 où elle était de 12%. En revanche, l'évolution de la courbe est un peu plus irrégulière, et montre quelques accélérations fin mars, fin mai et dernier trimestre.



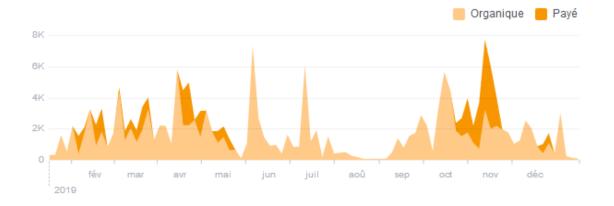
Le pic de fin septembre est difficile à expliquer, car il ne correspond pas à une actualité spécifique, à l'inverse des actualités principales que sont l'annonce du nouveau nom et de la programmation septembre-décembre.

La cartographie de l'audience n'est pas représentative du public global de la salle, mais permet tout de même une première appréciation de son profil. Comparé à l'année dernière, elle n'a varié que d'un point sur la tranche femmes 18-24 ans et + de 65 ans et pour les hommes, presque toutes les tranches ont aussi varié d'un point. Le bassin géographique a un peu plus évolué, avec plus de villes des Côtes d'Armor représentées dans le top 10. Attention, ces chiffres sont une photographie de l'audience en mars 2020, il n'est pas possible de faire une analyse sur la période de 2019 uniquement.





Si le développement des sponsorisations a un impact assez logique sur la circulation des publications, il arrive que ce soit la seule source de visibilité : c'est notamment flagrant en novembre sur la courbe ci-dessous, où les concerts du 31 octobre (100% Hip-hop féminin), 02 novembre (Nuit electro), 08 novembre (The Psychotic Monks), 13 novembre (Les Louanges) ont tous été soutenus par des publications sponsorisées. Dans les autres cas, cela vient plus en soutien de la visibilité organique du post.



Bilan complet web et réseaux sociaux 5/5

Les 5 posts les plus efficaces de l'année sont liés aux mêmes informations qui ont marqué les autres statistiques :

- l'annonce du travail sur l'identité avec le comité de pilotage (couverture de 6,8 K)
- Happy Day à J-2 et le zoom sur les animations (couverture de 5,7 K)
- l'annonce du week-end dédié aux amateurs (couverture de 5,6 K)
- l'annonce du nouveau rendez-vous Kamehameha Club (couverture de 5,3 K)
- la photo de la nouvelle enseigne Bonjour Minuit (couverture 5,2 K)

Les 5 posts ayant les moins fonctionné sont tous des posts de rappel « rendez-vous ce soir », pour les soirées Sadat X & El Da Sensei, The Loire Valley Calypsos, Iphaze + Uzul, William Z Villain, le premier Kamehameha Club (couverture inférieure à 400).

Les supports numériques, qu'ils soient site web ou réseaux sociaux, ont subi une forte transformation en milieu d'année pour suivre le changement d'identité de la salle. Il n'y a pas eu de rupture des usages ou de perte d'audience ; les publics ont accompagné le passage de La Citrouille à Bonjour Minuit et ont manifesté un fort intérêt lorsque la structure a pris la parole sur ses choix associatifs.

