





## **Présentation de l'association**

L'association Madstorm a été créée le 12 mars 2025.

Elle est composée de Mily-Rose Bonnet-Bernier en tant que trésorière et secrétaire et de Roxane Dreyer qui est la présidente de l'association.

L'association Madstorm est née de la passion commune de ses fondatrices pour la musique live et la scène concert. Après s'être rencontrées au cours de l'année précédente, Roxane et Mily-Rose ont rapidement constaté qu'elles partageaient les mêmes goûts musicaux et un enthousiasme similaire pour les concerts et festivals.

Constatant que beaucoup de spectateurs, comme elles-mêmes, étaient parfois déçus de ne pas pouvoir assister à leurs concerts « idéaux », elles ont décidé de créer une structure associative capable d'organiser des événements musicaux participatifs, centrés sur le public et ses envies.

## **Mission de l'association**

Madstorm a pour objectif de :

- Donner la parole au public dans la conception et l'organisation d'événements musicaux.
- Promouvoir la diversité musicale, en invitant différents styles et artistes tribute adaptés aux goûts du public.
- Mettre en avant des artistes émergents et étudiants en leur donnant la possibilité de se produire dans divers événements culturels
- Créer du lien social entre étudiants, habitants et artistes à travers des concerts conviviaux.

## **Valeurs et ambition**

L'association se fonde sur des valeurs de partage, de convivialité et de créativité. Madstorm aspire à devenir un acteur culturel reconnu dans le milieu étudiant et local, en proposant des concerts participatifs, accessibles et innovants, tout en favorisant la mixité des publics et la démocratisation de l'accès à la musique live.

## **Présentation du projet**

### **Bloom - Le concert pop d'artistes émergents**

Le deuxième projet de Madstorm prendra la forme d'un concert en co-plateau afin de mettre en avant des artistes émergents et étudiants évoluant principalement autour de la pop alternative. Nous aimerions donner une opportunité aux artistes n'ayant pas l'opportunité de souvent se produire sur scène afin qu'ils puissent avoir une plateforme pour jouer leur musique. Cet événement permettra non seulement à des artistes émergents de se produire, mais aussi au public de découvrir de nouveaux artistes, qui évoluent musicalement autour d'un style musical qui leur correspond.

À travers cet événement, nous souhaitons favoriser le partage et la découverte, en réunissant un public autour d'une passion commune. Le temps d'un concert, la pop alternative rassemblera le public autour d'une même passion

C'est cette volonté de rassembler, transmettre et célébrer la musique qui définit pleinement l'esprit Madstorm.

### **Déroulement du jour J**

- Soirée co-plateau composée de 2 à 3 artistes/ groupes émergents de la scène pop alternative: un événement qui rassemble, avec une line-up cohérente et une identité musicale affirmée.
- Expérience authentique : chaque performance sera préparée avec soin pour créer une énergie représentative de la scène pop alternative actuelle.

### **Objectifs artistiques et sociaux**

- Valoriser la scène locale en invitant des musiciens et des talents émergents.
- Créer un moment de partage et de créativité collective, qui reflète les goûts du public cible.
- Pérenniser un rendez-vous musical annuel au sein de la vie étudiante et du territoire.

**Madstorm : le live qu'on n'a jamais eu... mais qu'on mérite tous.**

# PUBLIC BÉNÉFICIAIRE

## Public visé

- Communauté étudiante : étudiants de l'université/écoles partenaires, associations étudiantes, personnels enseignants et administratifs.
- Jeunes adultes et grand public local : habitants de la ville et des environs intéressés par la scène musicale indépendante ou par l'artiste/style musical mis à l'honneur.)
- Réseau associatif et culturel : partenaires étudiants, associations culturelles locales, collectifs de musiciens amateurs.

## Nombre de participants (prévisionnel)

- Équipe organisatrice et artistes : environ 15 personnes (bénévoles, musiciens, techniciens, coordinateurs).
- Spectateurs attendus : entre 50 et 200 personnes selon la jauge de la salle et la billetterie.

## Accent particulier sur ce projet

L'événement cherche à favoriser la **mixité des publics** :

- Rassembler la population étudiante avec des habitants de la ville et des mélomanes de tous horizons.
- Créer un espace de rencontre intergénérationnel autour d'une passion commune pour la musique live.
- Renforcer les liens entre campus et territoire en impliquant les associations locales, les structures culturelles municipales et les commerces de proximité (partenariats communication, buvette, sponsoring).

Chaque édition vise à **élargir le public** grâce :

- À des actions de communication ciblée sur le milieu étudiant et les habitants du quartier.
- À la collaboration continue avec les partenaires associatifs et culturels.

# OBJECTIFS

Après évaluation, nous souhaitons pérenniser ce concert dans le cadre de Madstorm afin d'en faire un rendez-vous musical récurrent, porteur de convivialité et de dynamisme culturel pour la communauté étudiante, les habitants et les fans de musique/ concerts. L'enjeu est de s'inscrire comme acteur culturel local, utilisant la musique live comme outil de lien social, de créativité et d'ouverture.

## Objectifs généraux

- Créer une régularité artistique dans la ville en proposant chaque année deux concerts de qualité.
- Dynamiser la vie culturelle étudiante et renforcer l'attractivité du territoire grâce à un événement fédérateur.
- Encourager la mixité des publics : étudiants, jeunes actifs, habitants de la ville, mélomanes de tous âges.

## Objectifs sociaux et culturels

- Favoriser la rencontre et la convivialité entre étudiants, habitants et associations locales autour de la musique
- Développer l'expression artistique : offrir une scène aux musiciens amateurs ou semi-professionnels.
- Soutenir la prise d'initiative étudiante en impliquant les jeunes dans l'organisation (logistique, communication, technique).
- Renforcer la citoyenneté culturelle : encourager la participation, le respect des différences et le vivre-ensemble.

## Objectifs pédagogiques et citoyens

- Cultiver l'écoute et le respect mutuel entre artistes, bénévoles et public.
- Promouvoir l'accessibilité à l'art en maintenant une politique tarifaire abordable ou des entrées gratuites pour certains publics.

## Objectifs environnementaux

- Réduire l'empreinte carbone de l'événement : choix de prestataires locaux, incitation au covoiturage et aux mobilités douces (vélo, transports en commun).
- Mettre en place une gestion responsable des déchets : tri sélectif sur site, suppression des plastiques à usage unique.
- Sensibiliser le public : affichage éco-gestes, messages sur les réseaux sociaux.
- Favoriser l'économie circulaire : récupération et réemploi des décors.

## **CRÉER DU LIEN SOCIAL**

- Rassembler différents publics dans un espace festif et sûr.
- Favoriser la coopération entre associations étudiantes et structures culturelles locales.
- Contribuer à la cohésion entre campus et quartier en faisant de la musique un vecteur de dialogue et de partage.

# MOYENS MIS EN ŒUVRE

## MOYENS HUMAINS

### Équipe artistique

- 2 à 3 groupes/formations (chanteur·euse, guitariste, bassiste, batteur, claviériste selon la setlist).
- 1 régisseur son & 1 régisseur lumière.
- 1 maître de cérémonie pour la soirée.

### Équipe d'organisation

- 1 cheffe de projet étudiante.
- 2 à 4 responsables logistique (montage, accueil public, sécurité).
- 2 responsables communication & réseaux sociaux.
- 1 chargée des relations partenaires et sponsors.
- Bénévoles étudiants (accueil, billetterie, bar/vestiaire).

## MOYENS MATÉRIELS

### Équipements techniques

- Sonorisation professionnelle (console, enceintes, micros, retours).
- Éclairage scénique adapté à la salle ou plein air.
- Matériel de scène (estrade, praticables).

### Scénographie et ambiance

- Décors simples ou visuels en lien avec l'artiste/groupe original.
- Accessoires ou éléments visuels (bannières, affichage, merchandising).

### Communication

- Affiches, flyers, visuels numériques pour réseaux sociaux.
- Campagne de diffusion sur plateformes étudiantes et locales.

# MOYENS D'ÉVALUATION

## ÉVALUATION QUANTITATIVE

- Taux de participation : nombre de spectateurs par rapport à la jauge prévue.
- Mobilisation des bénévoles et étudiants : nombre de participants à l'organisation (logistique, communication, technique).
- Partenariats engagés : nombre d'associations, collectifs étudiants ou partenaires institutionnels impliqués.
- Retombées médias et réseaux sociaux : statistiques de visibilité (publications, partages, portée des campagnes, ventes de billets).

## ÉVALUATION QUALITATIVE

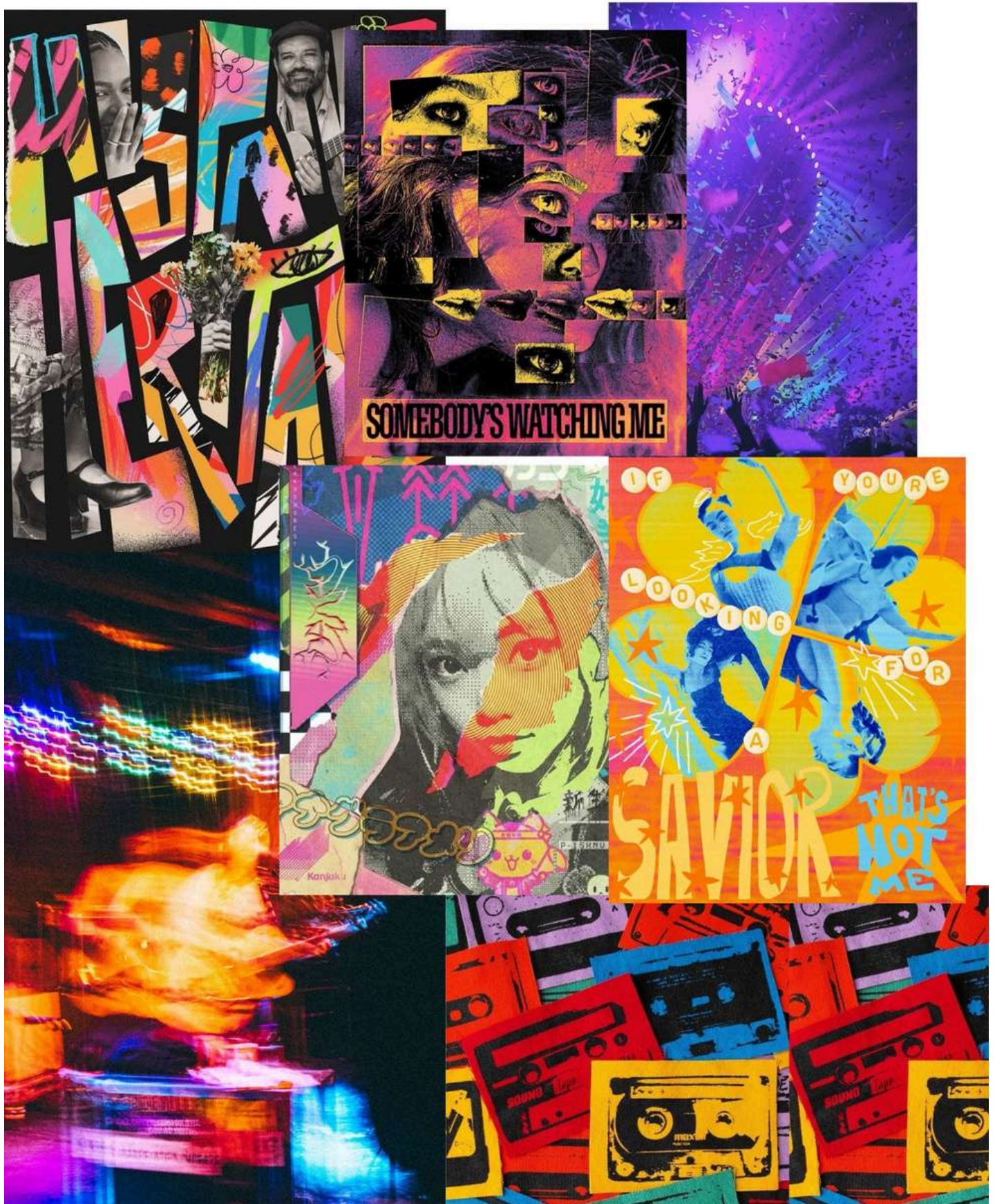
- Satisfaction du public : retours recueillis via questionnaires sur place ou en ligne, ou temps de parole à chaud.
- Apprentissage et expérience des organisateurs : témoignages de l'équipe étudiante sur l'acquisition de compétences (gestion d'évènement, technique son/lumière, communication).
- Qualité artistique : appréciation des performances par les artistes invités et le public (fidélité aux œuvres originales, énergie scénique).
- Impact sur la vie étudiante et locale : mesure de l'animation du campus/ville, dynamisation du lien social.
- Capacité d'adaptation : réactivité face aux imprévus (sécurité, météo, organisation).

## CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Cohésion et esprit d'équipe dans l'organisation (respect des rôles, solidarité).
- Implication citoyenne et inclusive : accueil de tous publics, mixité des participants.
- Créativité et pertinence artistique dans le choix du répertoire et la scénographie.
- Qualité technique et logistique (son, lumière, sécurité).
- Capacité à fédérer étudiants, associations et partenaires autour d'un projet commun.
- Gestion responsable : respect du budget, écoresponsabilité, prévention des risques (alcool, nuisances sonores).
- Rayonnement culturel : contribution à la vie culturelle étudiante et au dynamisme du territoire.



# MOODBOARD



## PARTENAIRES ENVISAGÉS

- **Balades Sonores:** partenariat pour visibilité.
- **La Mécanique Ondulatoire :** pour accueillir ou co-produire l'événement.
- **Les Disquaires :** pour accueillir ou co-produire l'événement.
- **La télévision :** pour accueillir ou co-produire l'événement.
- **Les Inrocks:** partenariat pour visibilité.
- **MPAA :** lieu pour répéter et permettre aux artistes de créer leur performance
- **Réseau des Musiques Actuelles de Paris:** partenariat pour visibilité
- **Ema School Music And Artistic :** partenariat pour visibilité