

LA MAISON HANTÉE  
**ONCE UPON A PUNK**

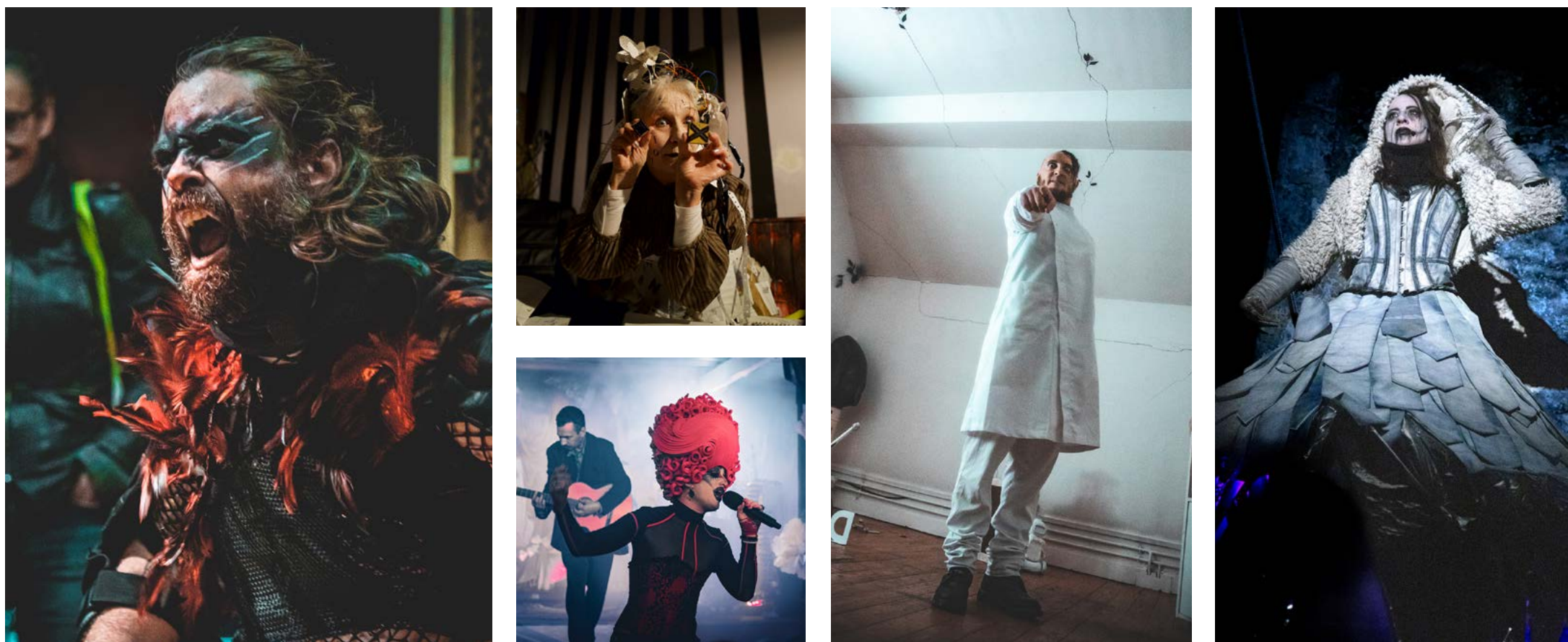
DU 27 OCTOBRE AU 5 NOVEMBRE 2023

**RAPPORT  
DE CLOTURE  
DE PROJET**

COMPAGNIE  
**PIXOM**







## OBJECTIFS

**2 200** participant·e·s

**8** représentations

création d'un spectacle **tout public**

toucher la population **locale**

création d'un lieu  
d'ouverture et de culture local

**agrandir** Pixom

présence dans la **presse**

événement à  
**faible impact écologique**

**collecter**  
les retours des participant·e·s



## RESULTATS

**2 600** participant·e·s  
*(+ 970 sur liste d'attente)*

**9** jours de représentations

**33%** du public avait - de 15 ans

**74%** des participant·e·s  
ont parcouru moins de 25 km

création du **Mycélium**

**13** intermittents du spectacle  
**1** artiste international en résidence (USA)  
**5** stagiaires  
**74** bénévoles

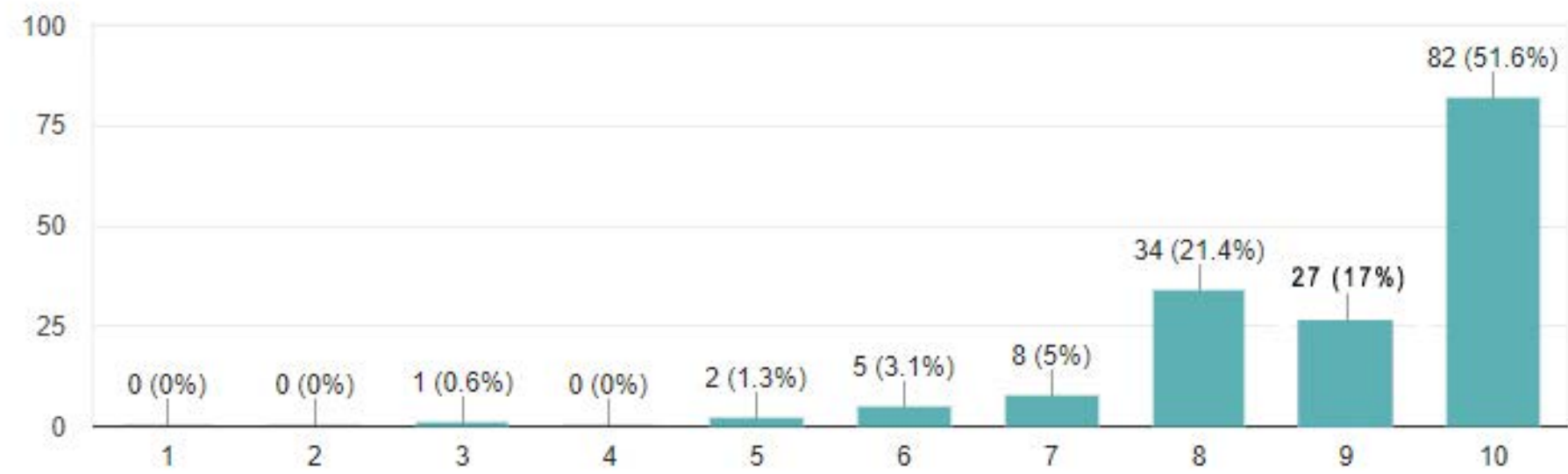
articles dans la presse locale,  
présence sur RVE, reportage sur TV78

**87%** des déchets produits par le  
spectacle sont des  
matériaux recyclés ou valorisés

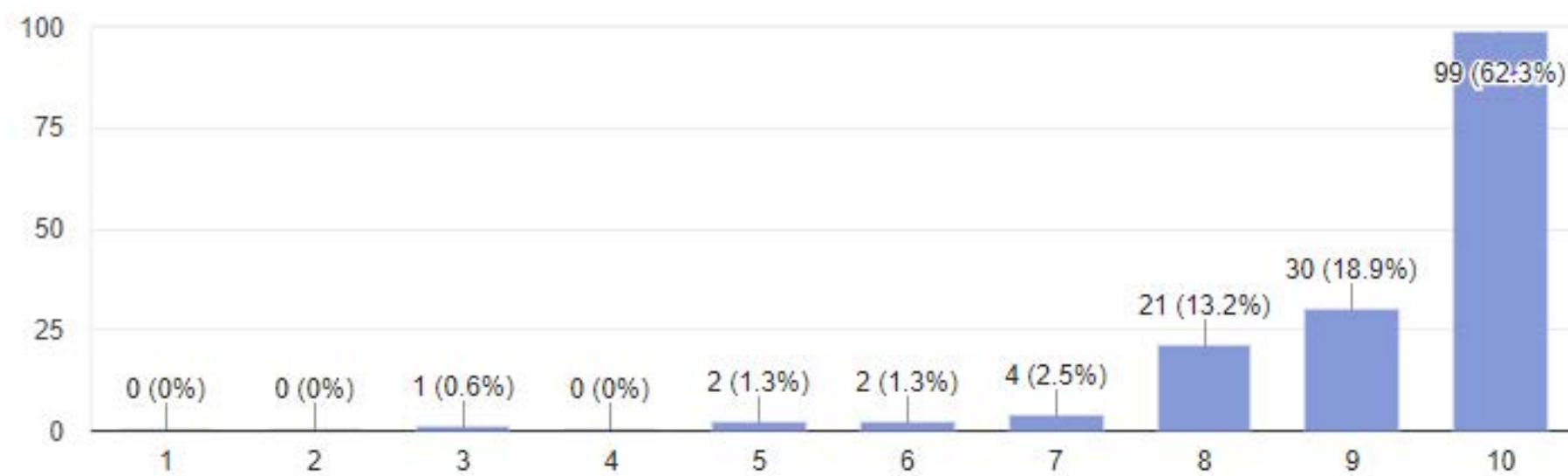
**159** personnes ont répondu  
au questionnaire de feedback



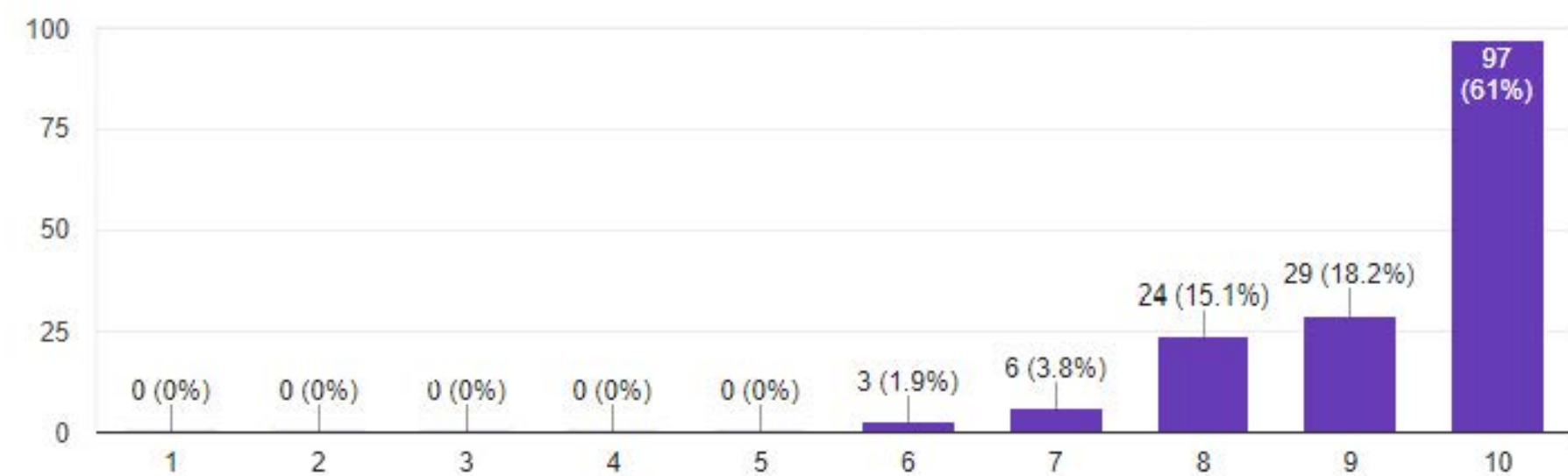
Quel est votre ressenti global sur l'expérience ?



Qu'avez vous pensé de l'aspect artistique de l'expérience ?

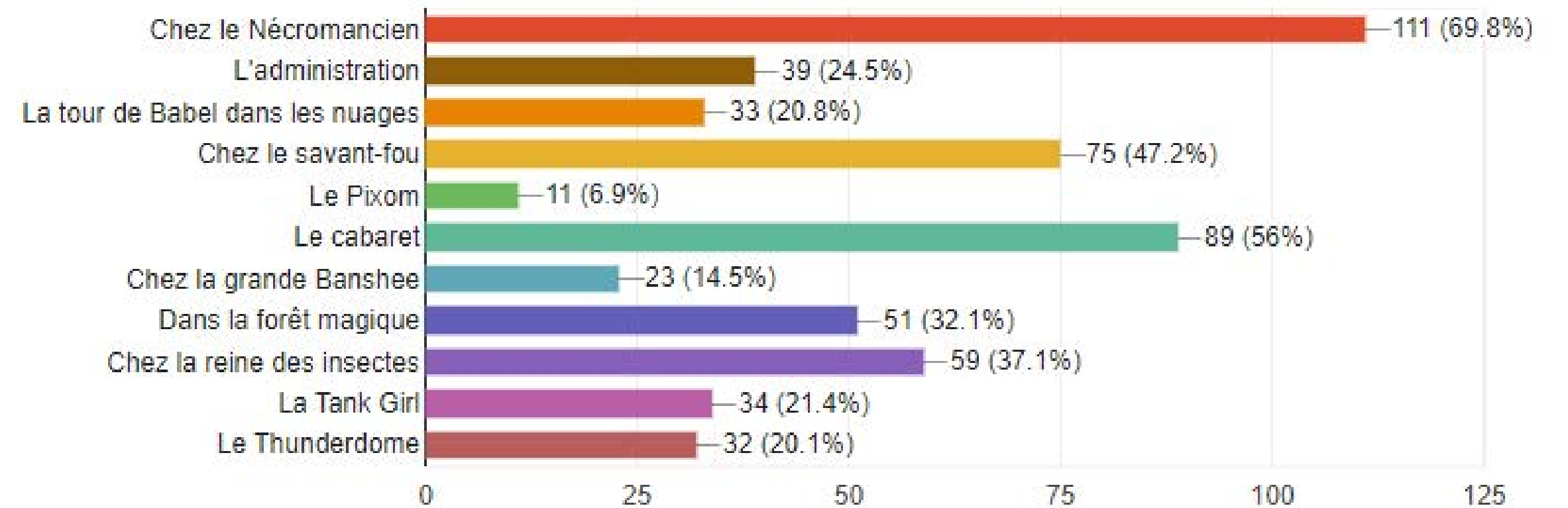


Qu'avez vous pensé de l'accueil (billetterie, bénévoles...) ?



## LE SPECTACLE

Quel était votre espace préféré ?





*La Maison Hantée : Once Upon a Punk* a été largement plébiscitée par le public cette année avec de nombreux retours positifs. Les participant-e-s ont apprécié la qualité de l'accueil tout au long de l'aventure mais aussi l'aspect artistique important mis en avant lors de ce spectacle. Ceci passe par la diversité et la beauté des décors, ayant permis une immersion totale dans cet univers, mais aussi par la qualité du jeu des acteur-ric-e-s, qui ressort très souvent lors des différents retours. L'interaction avec les personnages, beaucoup plus importante cette année, a de même été un facteur essentiel dans l'appréciation du public.

Ce plébiscite se traduit notamment par une fréquentation importante lors de cette itération de la maison hantée avec plus de **2600 participant-e-s** dépassant ainsi les 2200 attendus, dont 970 sur liste d'attente et la mise en place d'une séance supplémentaire afin de répondre à la forte demande du public.

Ce succès est d'autant plus gratifiant que la mise en place de ce spectacle a été faite dans des conditions particulières. En effet, n'ayant pas obtenu le château du Haras cette année contrairement à la précédente maison hantée, la compagnie a dû, après la recherche de différents lieux à proximité, aménager la maison Caron qui servait jusqu'ici de lieu de stockage à côté de la mairie.. Ceci a ainsi amené à la création ex nihilo de nouveaux espaces en extérieur, tels que le cabaret (8x15m<sup>2</sup>), le dôme (5m de hauteur pour 6m de largeur) et la ruche.

Le Mycélium a été créé sur le site même de la maison Caron afin de devenir un lieu d'ouverture et de culture locale. **Au total 116 personnes, de la direction artistique aux performers, artistes en résidence, équipe technique, stagiaires, production, communication, documentation, ainsi que de nombreux bénévoles ont travaillé sur ce projet.**

Dans notre quête d'amélioration de la méthode d'écriture des spectacles immersifs et participatifs, les retours du public ont aidé à mettre en évidence des améliorations possibles pour nos prochains événements. Cherchant à faire évoluer la narration vers la création d'un modèle toujours plus avancé, une résidence d'écriture de deux jours, avec les artistes de la compagnie, a été mise en place en décembre 2023 afin de renforcer notre méthode d'écriture immersive.

Ainsi les participant-e-s ont été réceptif-ve-s à l'univers proposé et au concept de ce nouveau spectacle mettant en avant le public tout au long de la déambulation.



### «Qu'avez-vous pensé de l'expérience proposée ?»

Voici une compilation en 15 éléments des réponses des participant-e-s. Ces citations reflètent la diversité des expériences vécues par les participants et mettent en lumière les aspects les plus marquants et appréciés de l'événement proposé par Pixom.

#### **La diversité et la qualité des décors**

«Les décors sont fabuleux, créatifs, ils nous amènent dans un imaginaire parfois cachés en nous.» - «Les univers différents avec mille et un détails...»

#### **L'humour décalé et la folie ambiante**

«Nous avons adoré l'humour décalé et déjanté de ce spectacle vivant qui fait interagir les spectateurs.»

#### **L'aspect écologique et l'utilisation créative des matériaux recyclés**

«J'apprécie beaucoup l'idée d'utiliser des matériaux recyclés. Ce que Pixom en fait est incroyable.»

#### **La qualité du jeu des acteurs**

«La qualité de jeu des acteurs et les décors.» - «Les talents d'improvisation du Nécromancien.»

#### **L'interaction avec les comédiens et la participation du public**

«L'interaction avec les acteurs, avec certaines personnes du public qui participent, et leur bienveillance.»

#### **La surprise et la magie**

«C'est un voyage qui permet de sortir du quotidien.» - «Dès le début j'ai eu des étoiles dans les yeux et des papillons dans le ventre.»

#### **L'originalité**

#### **et l'univers proposé par la troupe**

«Le concept hyper innovant, la proximité des personnages avec le public et le fait de nous faire participer.»

#### **L'immersion totale**

«Le décor est très travaillé et en adéquation avec le thème de chaque scène.»

#### **L'interactivité pour tous les publics**

«La proximité avec les comédiens, les interactions variées, les décors immersifs, l'accessibilité 'tout public'.»

#### **La créativité, l'audace et la convivialité**

«La créativité, l'audace, le professionnalisme, la dynamique, le collectif, le courage, la ténacité, l'humour, Bravo !!!»



# LES PARTICIPANT·E·S

Le spectacle a réuni un total de 2600 participant·e·s, principalement des familles, ce qui explique la prédominance des moins de quinze ans parmi les spectateur·ice·s.

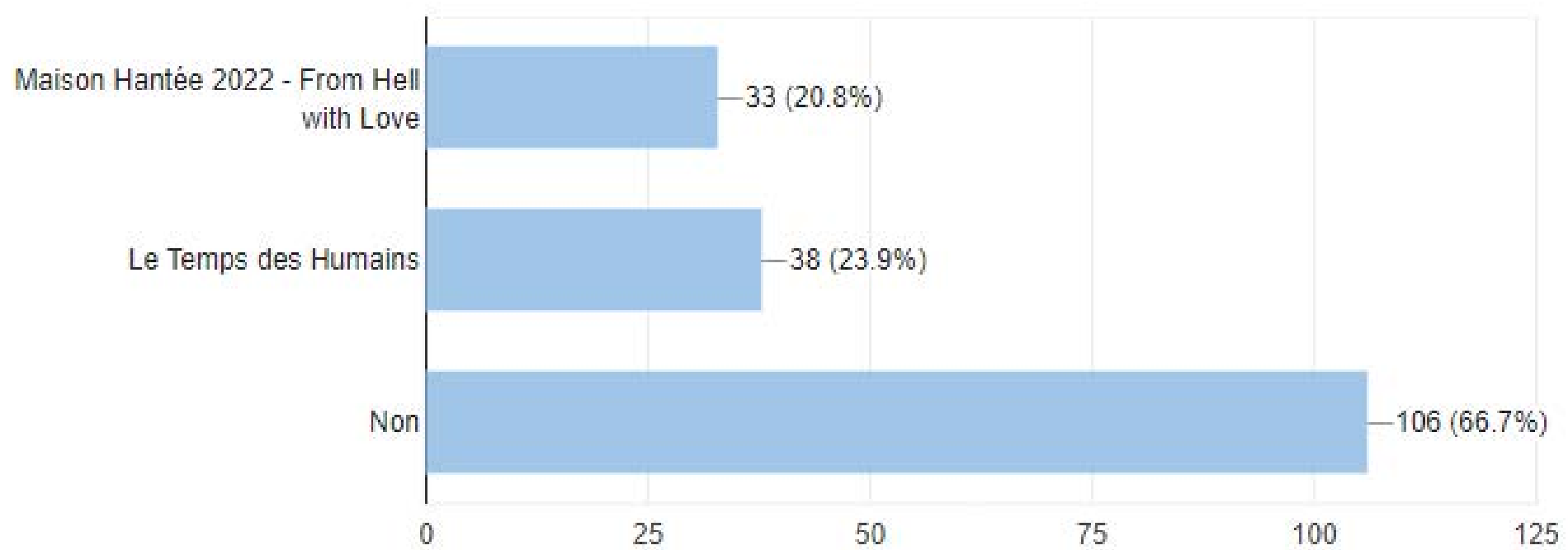
L'éventail d'âges diversifié des participant·e·s témoigne de l'impact inter-générationnel du spectacle, touchant ainsi un public varié.

Avec 66% de participant·e·s peu familiers des milieux culturels habituels, l'événement a offert un accès élargi à la culture locale.

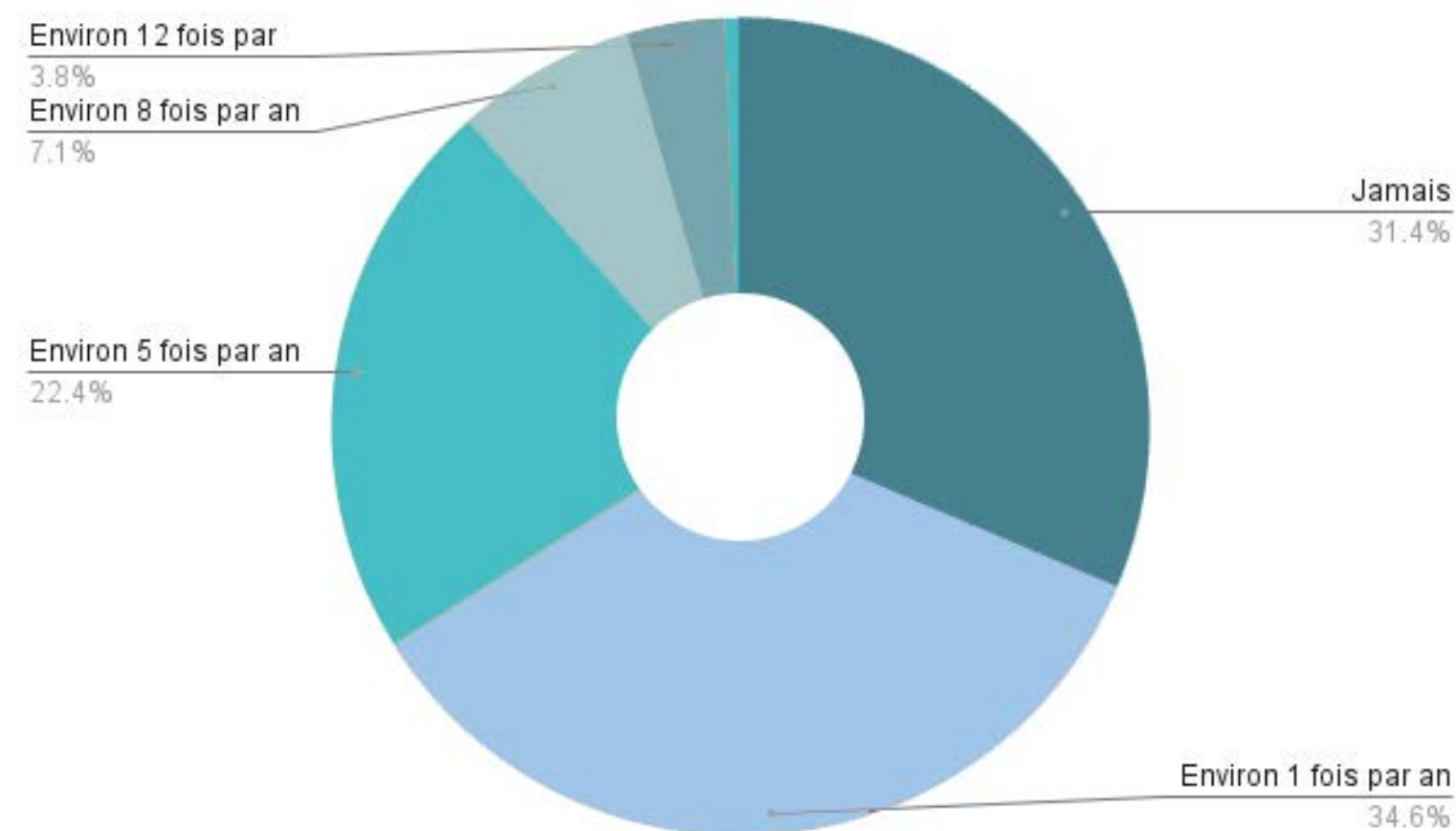
De plus, 66% du public a découvert pour la première fois un spectacle de Pixom, indiquant ainsi une attractivité certaine pour nos événements et répondant à une demande locale.

L'aspect inclusif du spectacle a également attiré les jeunes, les familles et les publics en situation de handicap, l'événement accueillant ainsi environ soixante personnes avec des handicaps moteurs ou mentaux.

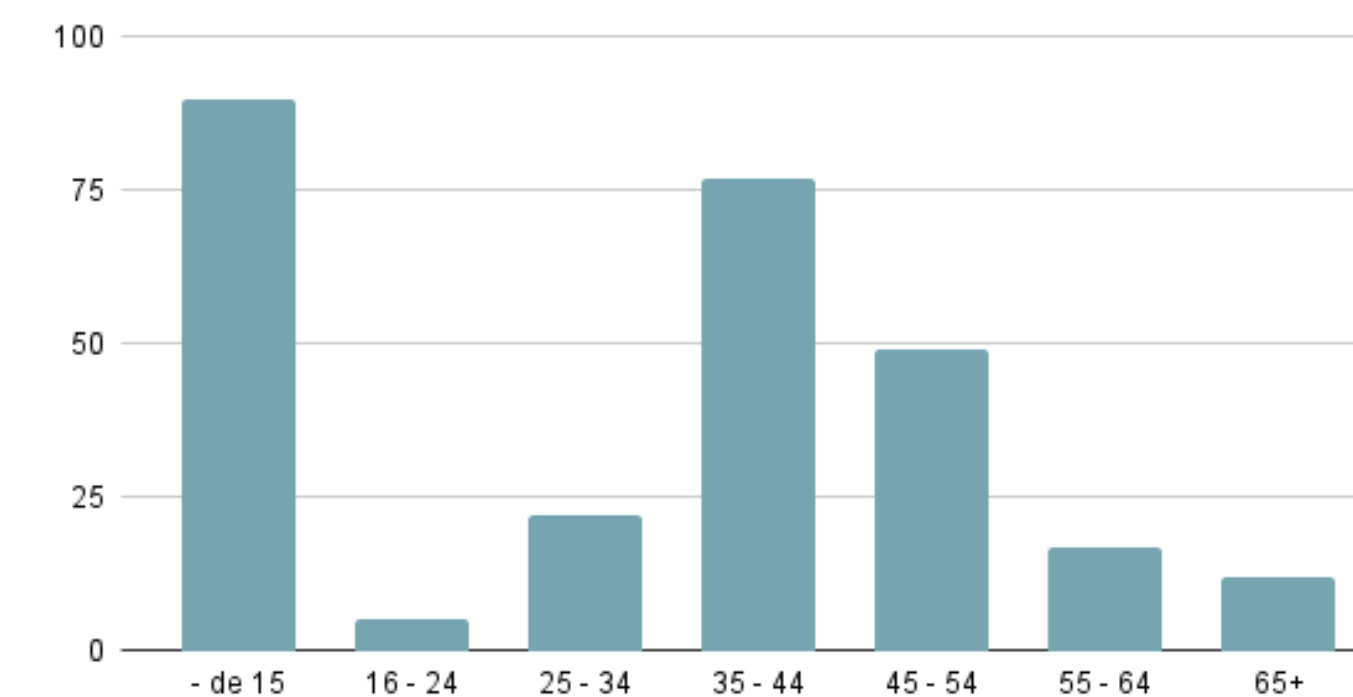
Avez-vous participé à une autre expérience PIXOM ?



A quelle fréquence sortez-vous au théâtre ?



A quelle tranche d'âge appartenez-vous ?





# DEMOGRAPHIE

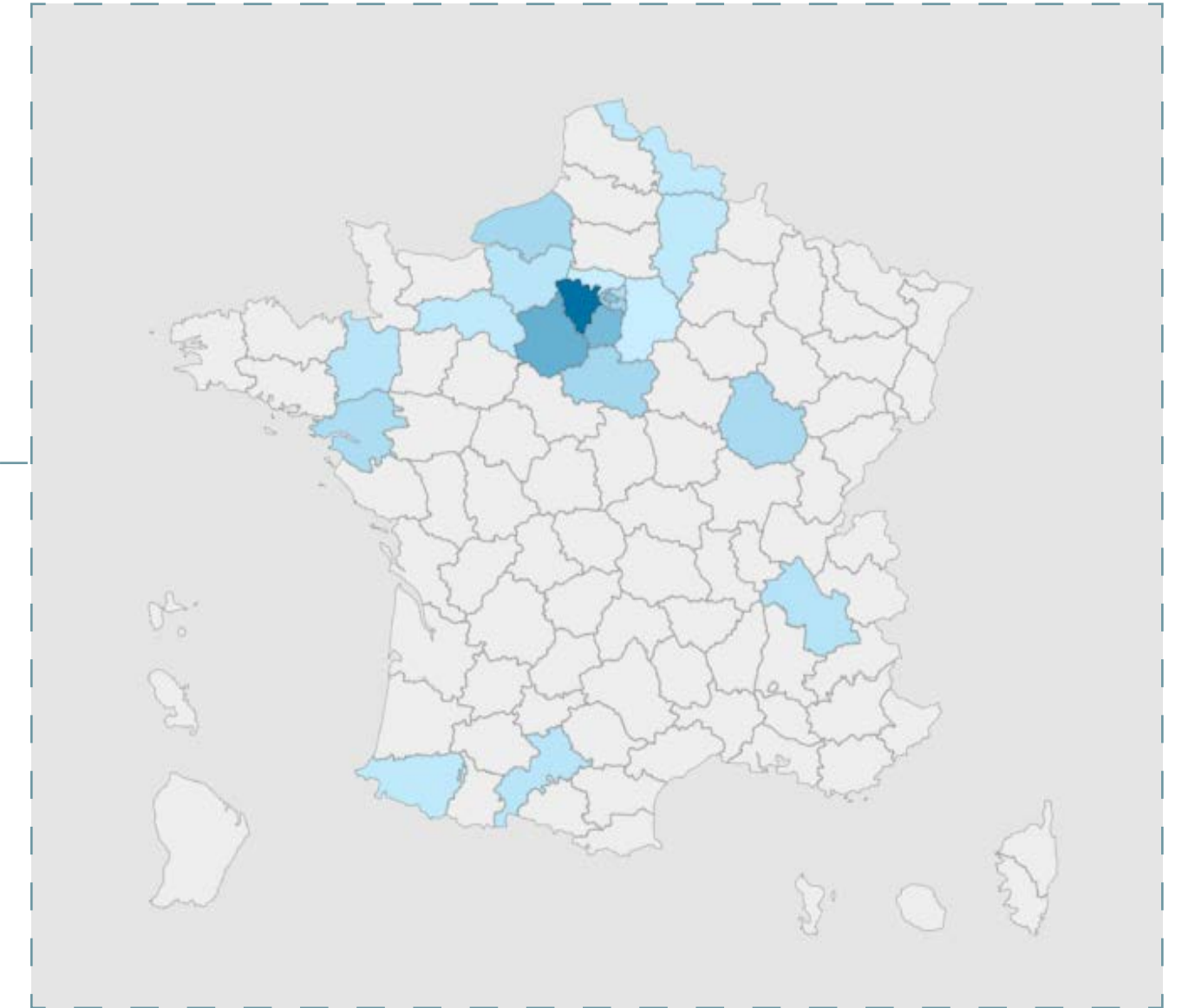
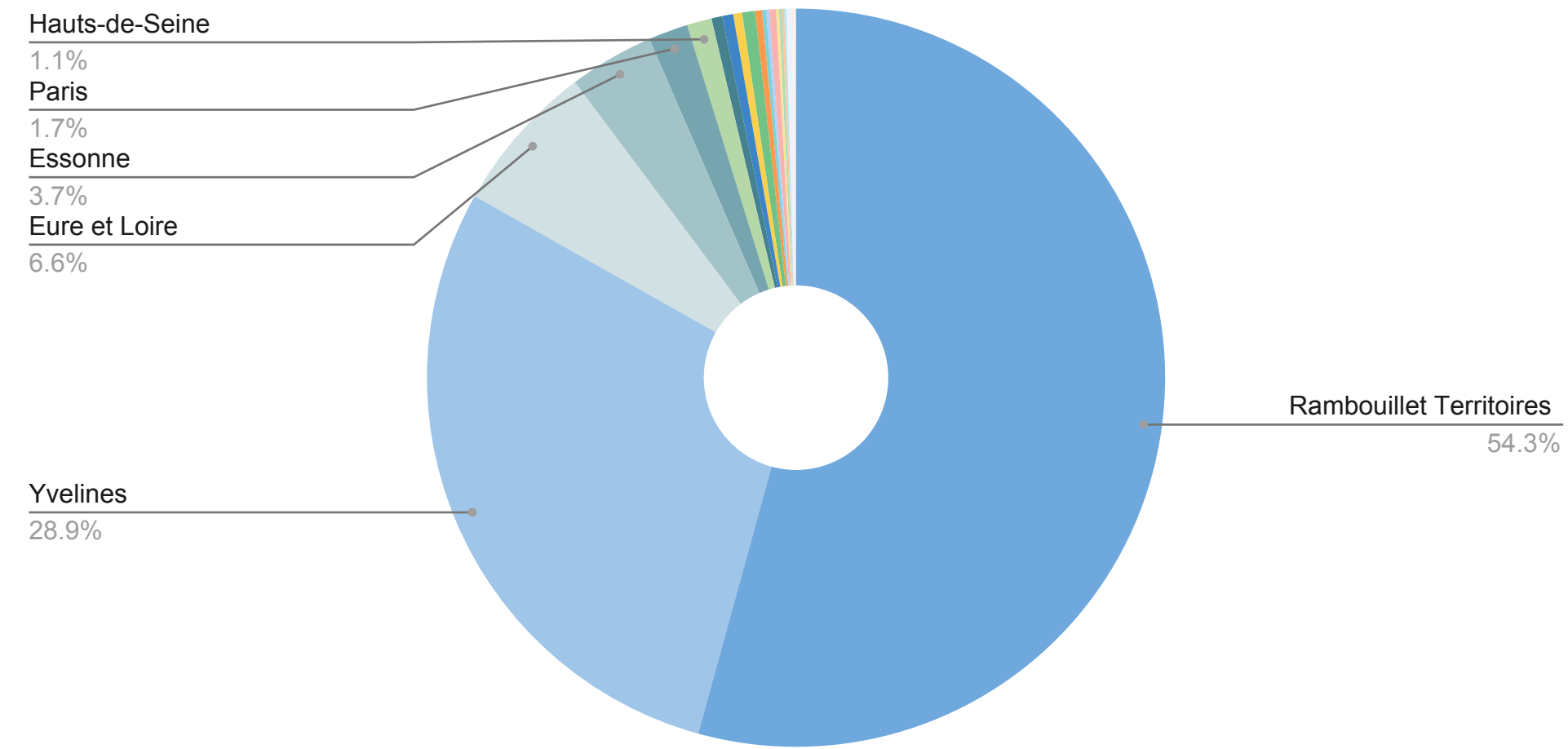
Une grande majorité de notre public, soit 74%, a parcouru moins de 25 kilomètres pour assister au spectacle, ce qui souligne la forte présence locale parmi nos spectateur-ice-s.

Il est à noter que 83% des billets ont été achetés par des habitant-e-s des Yvelines, parmi lesquel-le-s 53% sont issu-e-s de la région de Rambouillet Territoires.

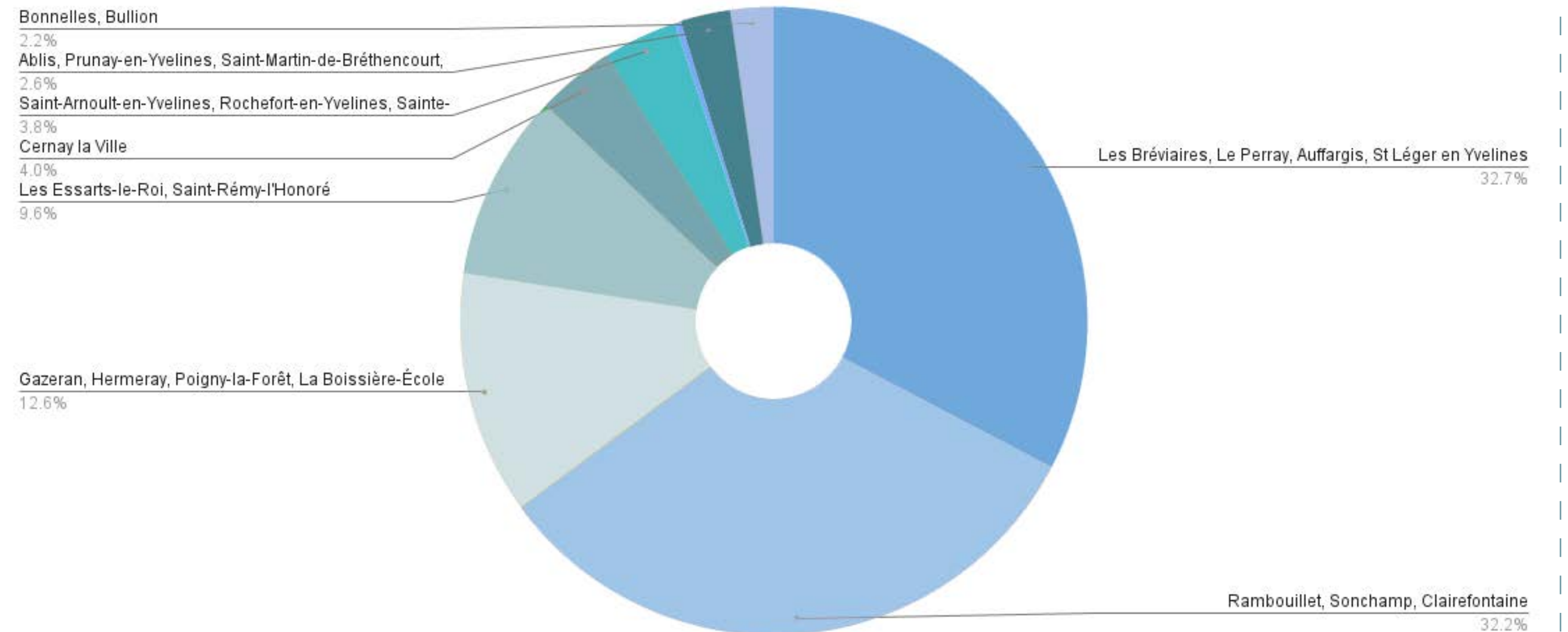
En outre, notre événement a attiré un public provenant d'autres régions. Des spectateur-ice-s sont venu-e-s des départements limitrophes des Yvelines ainsi que de régions plus éloignées de notre lieu central.

Pour finir, un tiers, soit 33% de notre public, réside aux Bréviaires ou dans les villages avoisinants portant le code postal 78610.

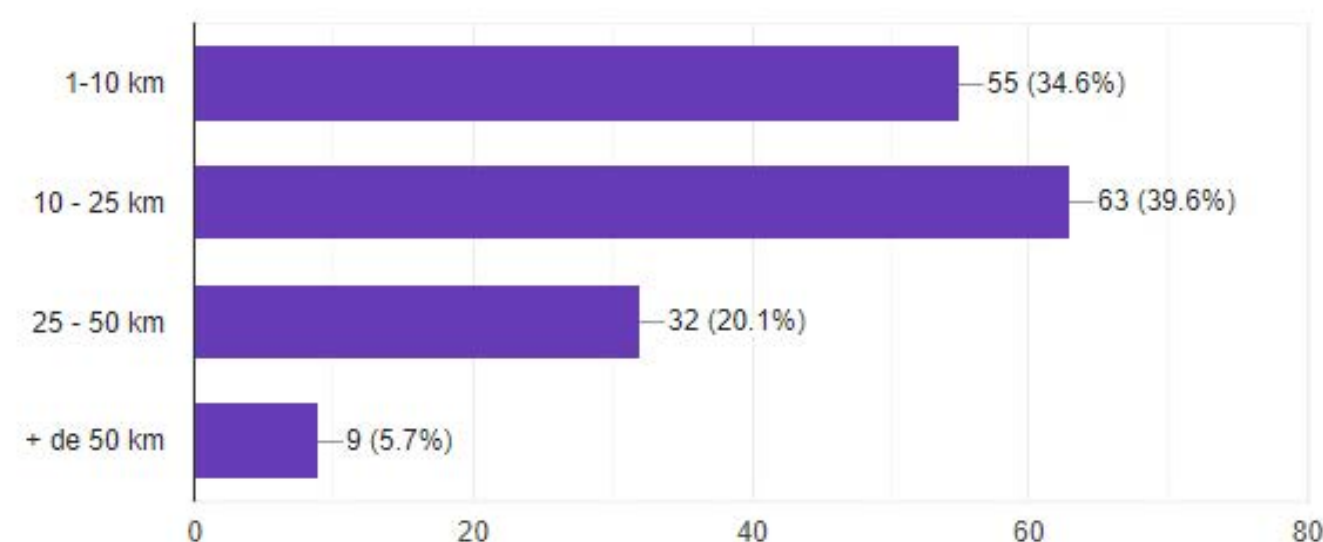
## RÉPARTITION DES PARTICIPANT-E-S PAR DÉPARTEMENT



## RÉPARTITION DES PARTICIPANT-E-S HABITANT RAMBOUILLET TERRITOIRES



## Quelle distance avez-vous parcouru pour venir au Mycélium ?



Immersif Voyage Super Jeu Rare Excellent Surprise Costumes  
Bravo Voyage Super Jeu Rare Excellent Surprise Costumes  
Surprenante Récup Accessible Proximité Local Splendide  
Dévotion L'univers Participatif Folie Passion  
Général Récup Accessible Proximité Local Splendide  
Chouette Réver Magnifique Famille Professionnel  
Fantastiques Accueil Bénévoles Intéressant  
Reussite Top Univers Lambiance Personnages  
Déambulation Détournement Perfectionnement  
Magique Original Déjanté Artistique Poétique Création Talent  
Beauté Féérique Spectaculaires Magnifique Original Déjanté Artistique Poétique Création Talent  
Lambiance Personnages Artistique Concept Merveilleux Parcours Drôle  
Déambulation Détournement Perfectionnement  
Top Qualité Innovant Merci Performance  
Ingéniosité Écolo Féérique Fabuleux Rêver Beau Recyclage  
Drôle Laudace Interactif L'expérience Magique Rare  
Enchanté Superbe Enfants Partagés Courage Surprise  
L'histoire Rêve Onirique Décalé Plaisir Joie  
Délurés Puissant Rêve Beau Partage Qualité  
Heureux Diversité Génial Évasion Minutieux Recup Dingue  
Passion Fantaisie Réfléchis Beauté Fascinant L'humour Burlesque  
Qualité Bonheur Subtilités L'accueil  
Récup L'humour Couleurs Humour Ravis Immersive Troupe Incroyable Vivant Folie Interactions  
Interactivité Personnages Cabaret Talent Création  
Ravis Immersive Troupe Incroyable Vivant Folie Interactions  
Insolence Magnifique Partage Ravis Bonheur  
Artistes Univers Interactions



Pixom s'engage dans une approche centrée sur l'humain en favorisant une proximité avec la communauté locale. Elle possède la volonté de tisser des liens entre les acteur-ice-s de l'économie locale et de participer à dynamiser la région. En tant qu'acteur culturel, Pixom aspire à offrir des projets artistiques au service des résident-e-s, à créer des opportunités d'emploi, de bénévolat, et à valoriser le patrimoine local.

L'implication des bénévoles et des comédiennes amateurs qui contribuent à enrichir cette offre culturelle est largement représentative des habitant-e-s de Rambouillet Territoires, démontrant ainsi un engagement fort et significatif.

De plus, nous veillons à ce que nos prix soient abordables afin que chacun-e puisse venir participer et découvrir nos créations, favorisant ainsi une diversité des publics et l'accessibilité à la culture pour tous.

Le soutien manifesté par notre public traduit un fort désir de voir perdurer notre présence sur le territoire, avec 89% des participant-e-s envisageant de revenir lors de nos prochains spectacles et 85% estimant que le soutien de Rambouillet Territoires serait pertinent pour notre activité.

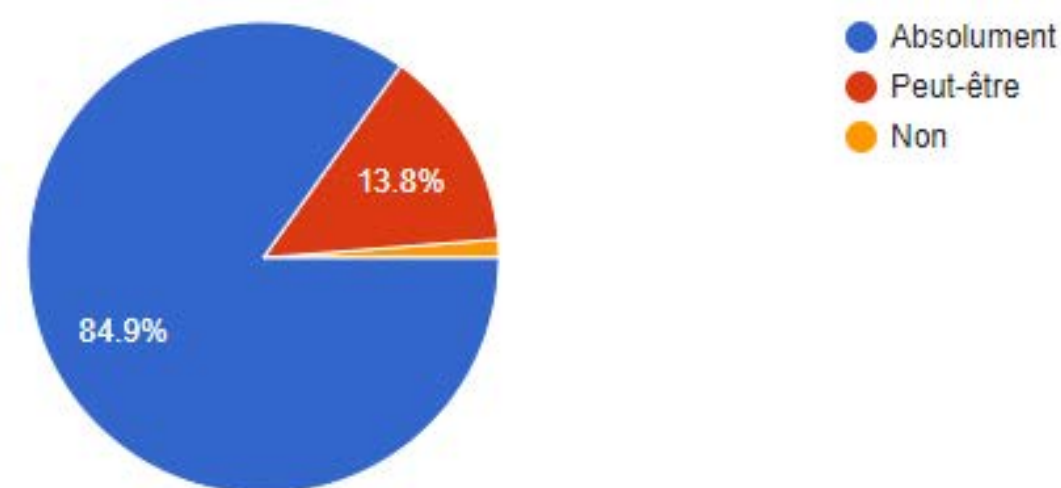
Ces chiffres soulignent l'importance de l'engagement des autorités politiques locales et renforcent notre conviction quant à la nécessité de notre contribution à l'offre culturelle sur le territoire.

De plus, Pixom est la seule compagnie de spectacle vivant avec une licence d'entrepreneur du spectacle exerçant dans le Sud-Yvelines. Ce projet a employé 13 professionnel-le-s du spectacle dont la plupart sont originaires du territoire.

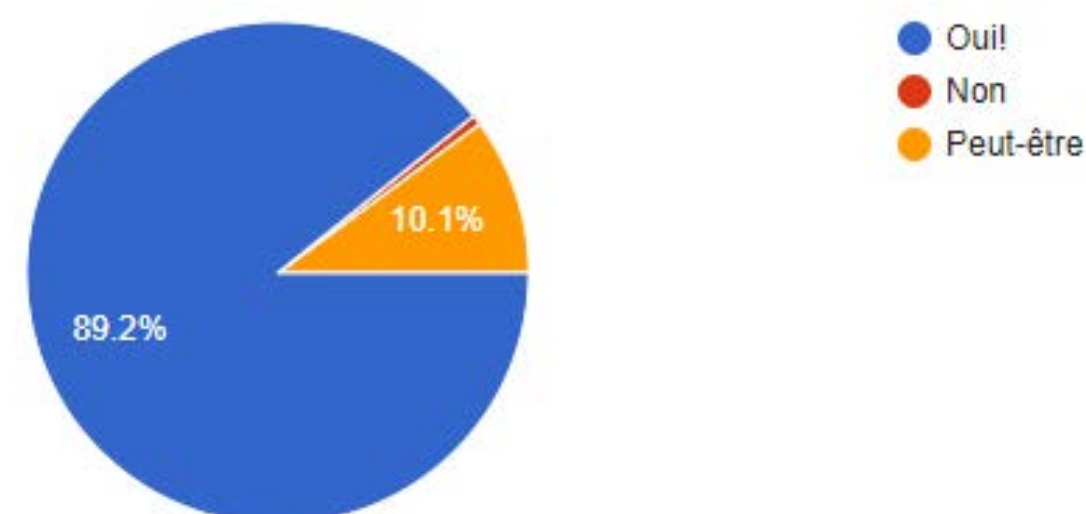
Bien que nous ayons inauguré cette année le Mycélium, un lieu temporaire ayant pour vocation d'être un espace culturel aux Bréviaires, village d'un territoire semi-rural, ce lieu ne constitue pas une solution pérenne. Nous continuons à chercher des soutiens pour la production de nos créations ainsi que des lieux de production et de diffusion afin de mettre en valeur le patrimoine local.



La compagnie est à la recherche d'un lieu pour produire ses créations, pensez-vous qu'il serait pertinent que PIXOM soit soutenu par Rambouillet Territoires ?



Reviendrez-vous à un évènement interactif organisé par PIXOM ?



**Pensez-vous qu'il est important qu'une compagnie comme Pixom existe dans le Sud-Yvelines ? Pourquoi ?**

Voici une compilation en 15 éléments des réponses des participant-e-s sur l'importance de la présence de la compagnie Pixom dans le Sud-Yvelines.

Cette liste synthétise les diverses raisons pour lesquelles la présence de la compagnie Pixom dans le Sud-Yvelines est jugée importante, mettant en avant des aspects tels que la proximité, la créativité, l'engagement écologique et l'accessibilité culturelle.

« C'est un réel plaisir de découvrir des spectacles non seulement amusants et intéressants mais surtout abordant des sujets importants comme l'écologie ou l'inclusion ! J'ai voyagé, j'ai ri comme pas depuis longtemps. J'ai aimé que cela soit accessible à différents niveaux de compréhension »

« J'aime l'idée «d'économie locale», c'est-à-dire de faire travailler les acteurs locaux de la vie économique.»

« Rares sont les compagnies qui ont une telle démarche écologique et une telle créativité.»

« Oui, pour son engagement écologique et l'animation et l'originalité qu'elle apporte à un coin des Yvelines un peu «vieillissant».

« C'est lumineux et inclusif. Nécessaire pour ouvrir notre esprit !»

« Oui, c'est très important de proposer ce type de spectacle de proximité très apprécié des familles sans avoir à monter sur Paris.»

« Spectacle toujours intéressant prix abordable pour les familles. »

« Oui, cela permet de créer des spectacles accessibles.»

«Parce qu'on a un super territoire et un patrimoine qui mériterait d'être mis en valeur par des événements comme ceux montés par Pixom»

« Ça ouvre la réflexion sur des considérations que la région n'a pas forcément l'habitude de mettre en avant : l'écologie bien sûr, mais surtout les questions de genre ! Beaucoup de femmes sont représentées, et montrer un spectacle de drag queen est une superbe opportunité d'ouvrir les esprits.»

«C'est unique et il faut promouvoir l'art.»

«Pour faire vivre le spectacle local et pouvoir faire une sortie à deux pas de chez nous. Ce qui est très rare.»

«Oui, c'est important que des compagnies comme Pixom existent car cela initie le public à l'art.»

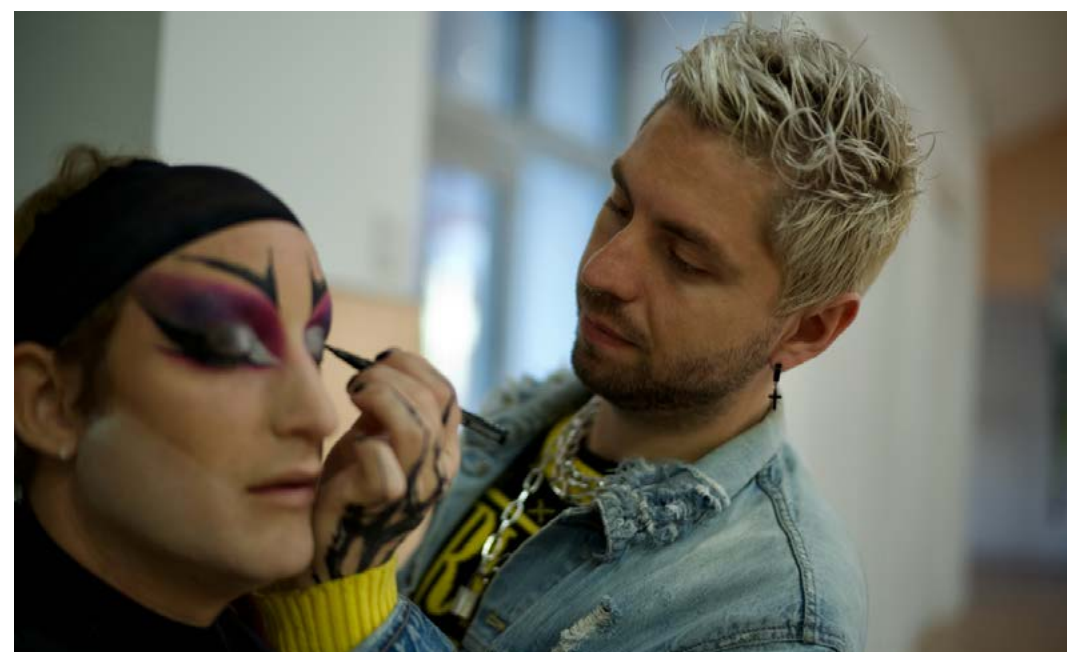
« Oui c'est tellement féérique, une telle créativité ne doit pas être perdue. Il n'y a rien de comparable des dizaines de kilomètres à la ronde. »

« Toutes les valeurs que vous défendez et la vision de ce théâtre immersif et de proximité est un atout pour nous tous !»





## BÉNÉVOLES & STAGIAIRES



Cet événement a permis à la compagnie d'accueillir pour la première fois **5 stagiaires** lors de la création du spectacle et pendant le lancement de ce dernier.

Ainsi 3 étudiant-e-s au **Conservatoire du maquillage à Paris** sont venu-e-s exercer leurs talents sur les comédien-ne-s pendant 9 jours dans des conditions professionnelles, leur permettant de travailler avec un cadre et un timing précis.

De même Valérie Goncalves, travaillant habituellement avec **Ressource&Vous**, est venue faire un stage de conception de décors en travaillant notamment sur le cabaret et la salle du Docteur Sauft, leur apportant un cachet indéniable.

Enfin Esteban Goupille Gros est venu faire un **stage de 3<sup>ème</sup>** afin de découvrir les dessous de la création et de l'exploitation d'un spectacle participatif et immersif.

Ces stages ont été particulièrement enrichissants pour les stagiaires tout comme pour les membres de la compagnie échangeant ainsi idées, visions artistiques et savoir-faire tout au long de l'expérience.

Au-delà des divers stages, de nombreux volontaires bénévoles ont participé au projet à différents postes (montage décors, démontage, accueil du public, service au bar, logistique parking, technique...) assistant même les comédien-ne-s afin de faciliter la déambulation du public.

De même, trois actrices amateurs sont venues alimenter leur expérience en incarnant des personnages clés du spectacle aux côtés des acteur-ric-e-s professionnel-le-s.

Au total **74 personnes sont venues donner de leur temps** en devenant les pierres angulaires de la création et du déroulement du spectacle.



## MÉDIATION CULTURELLE

Cette année plusieurs moments de médiation culturelle ont été mis en place. **Deux structures pédagogiques ont pu découvrir les coulisses de la création** de notre spectacle immersif et participatif en arpentant les décors de chaque pièce, accompagné d'un guide pour l'occasion.

Ainsi la maison de quartier de Montigny le Bretonneux (un groupe de 6 jeunes et un accompagnateur) et l'établissement médico-pédagogique "la Maison des Tout-Petits" (2 groupes dont un de 7 jeunes de 7 à 10 ans et 3 accompagnateurs et un autre de 13 jeunes âgés de 10 à 14 ans avec 4 accompagnateurs) ont participé à ce moment de partage et de découverte.

Dans une même volonté d'ouverture de la culture à tous-te-s deux structures de publics dits empêchés, l'EHPAD "les Patios d'Angennes" et le GEM (Groupe d'Entraide Mutuelle) destiné aux personnes en fragilité psychique, ont été sollicitées, mettant en avant l'ouverture de nos spectacles à tous les publics. Ainsi ce sont **63 personnes en situation de handicap** qui ont pu venir s'immerger dans l'univers de la maison hantée de cette année.

**Des ateliers créatifs** ont aussi été mis en place pour les plus petits par les jeunes de L'A.S.L.B. (Association Sport et Loisirs des Bréviaires) afin que parents et enfants puissent partager ensemble un moment convivial.



# YGGDRASIL

*La Maison Hantée : Once upon a Punk* a été l'occasion de lancer le **programme Yggdrasil**. Cette initiative vise à **favoriser l'échange culturel, à stimuler la créativité et à enrichir notre scène artistique locale** en accueillant des artistes internationaux en résidence sur nos productions.

Pour cette première expérience l'acteur, metteur en scène et dramaturge professionnel **J.Cody Andersen est venu de Los Angeles pendant 2 mois** afin de partager sa vision artistique, ses connaissances et son savoir-faire lors de la création du spectacle et durant l'événement en lui-même.

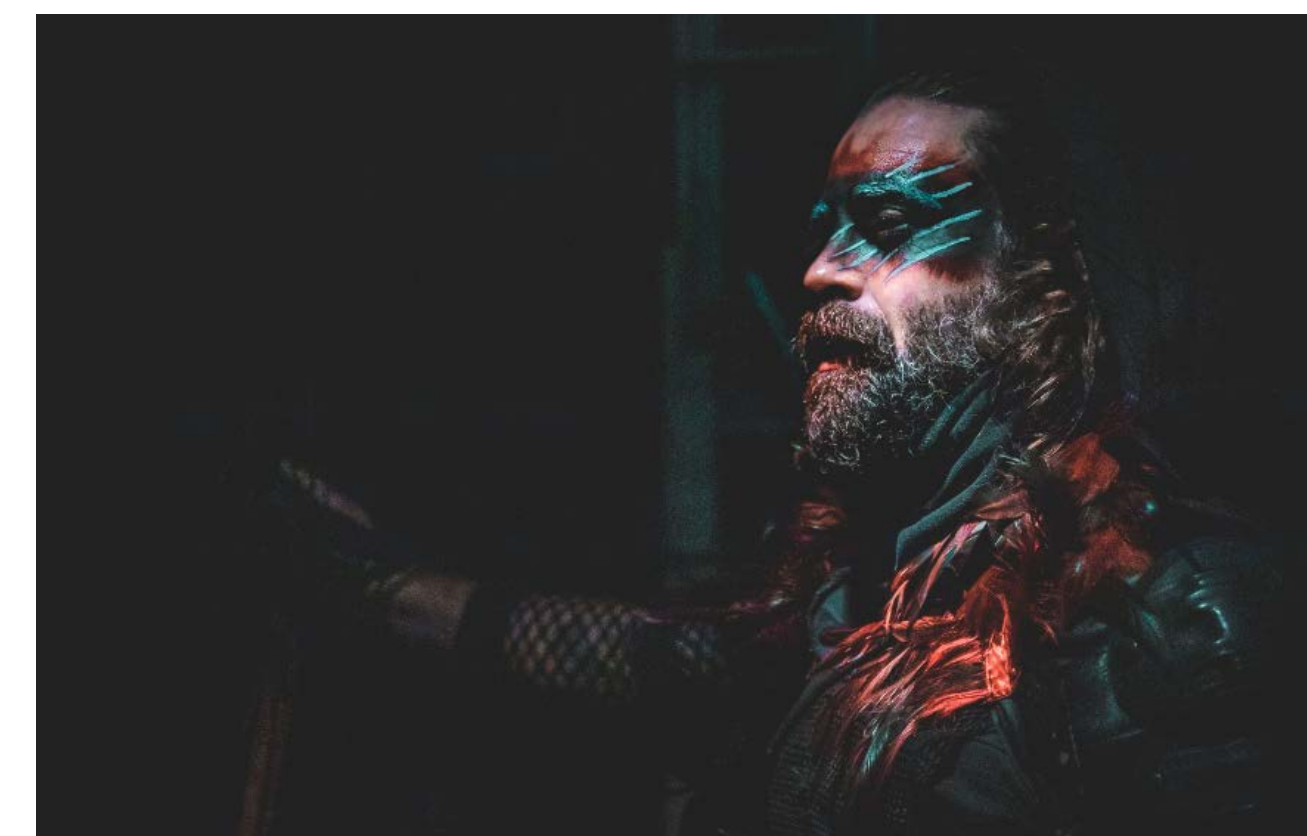
Cody s'est parfaitement intégré au sein de l'équipe, soulignant la bienveillance générale de l'accueil dans la compagnie et a pu partager son expérience sur le montage de décors en permettant la **construction des espaces du cabaret et du dôme**. Il a aussi pu mettre en avant l'univers du spectacle en tant que personnage, mettant ainsi en exergue **ses capacités de jeu** et allant au-delà de la barrière de la langue pour interagir avec le public.

De par son expérience professionnelle outre-Atlantique, Cody a aussi pu nous éclairer sur les similarités et les différences qu'il a pu percevoir concernant les mécaniques de fonctionnement d'une compagnie entre les Etats-Unis et la France (le rapport les uns aux autres, le système hiérarchique, la liberté de création...). Il a aussi pu mettre en avant les avantages de la protection des artistes dans notre pays de par notamment le principe de l'intermittence tout en soulignant l'importance de ce dernier. Cet échange nous a permis d'**enrichir notre perception globale** concernant notre manière de fonctionner au sein de notre structure et dans la mise en avant de notre vision artistique.

L'échange sur les techniques de jeu a, lui, malheureusement été limité par le temps conséquent consacré au montage des décors, ce fait est donc à prendre en compte pour la suite.

Cody étant dorénavant un membre de la compagnie, de plus amples échanges continueront à se développer par la suite.

Cette première expérience fut donc très positive, et particulièrement prometteuse quant aux prochains échanges vers l'international.









# ENGAGEMENT ÉCOLOGIQUE

La compagnie Pixom œuvre avec une conscience des changements sociétaux en cours et s'implique dans une action écologique au sens large qui prend soin de la pluralité de ses espaces de vie, qu'ils soient **culturels, sociaux ou environnementaux**.

## Écologie culturelle

Pour favoriser l'accès à la culture et sa démocratisation, Pixom réalise des projets artistiquement exigeants, et accessibles à tou-te-s.

- Accessible à la compréhension, avec différents niveaux de lecture possibles
- Accessible financièrement, avec des prix abordables
- Accessible physiquement, en proposant des spectacles géographiquement proches des habitant-e-s

Sur un aspect artistique, la compagnie est attachée à produire un théâtre innovant et de proximité.

Un théâtre immersif qui casse le quatrième mur, faisant la part belle aux décors, aux ambiances et à la déambulation tout en plaçant le public au centre de la scène et à l'intérieur même de la narration.

Un théâtre participatif, qui permet au public de s'investir dans l'action et d'échanger avec les comédien-ne-s. Participatif également en tant qu'événement social au sein d'un village, rassemblant des professionnel-le-s, des bénévoles, et des associations et entreprises du territoire. Une action favorisant également l'échange intergénérationnel et l'en-

gagement de chacun-e au sein d'un projet commun.

Un théâtre sortant des lieux dédiés afin de participer à la démocratisation de la culture et mettant en valeur le patrimoine local.

## Écologie sociale

Pixom est soutenue par la volonté de personnes originaires de territoires ruraux et semi-ruraux de s'engager pour une proposition culturelle locale de qualité sur ce type de territoire. Nous sommes convaincus de l'importance de la culture et de son pouvoir de transmission, cet engagement se manifeste par la volonté d'aborder des sujets sociétaux qui façonneront l'avenir. Ainsi nos spectacles évoquent sous diverses manières les questions d'identités de genre, la place des femmes dans notre société, la lutte contre le patriarcat, la lutte contre les discriminations, les droits, la visibilité et la reconnaissance des personnes queer, la vigilance face aux dérives liées à la montée de l'extrémisme, la sensibilisation écologique et, d'une manière plus générale, la représentation de modèles alternatifs à ceux déjà établis afin de façonner de nouveaux imaginaires collectifs et horizons sociaux.

## Écologie environnementale

Nous privilégions le réemploi de matériaux et travaillons de concert avec des structures spécialisées dans ce domaine, les décors et les accessoires sont issus de la récupération ainsi que des partenariats locaux privilégiant le circuit court.

La compagnie PIXOM est en partenariat avec Ressources&Vous, dans un échange écologique et artistique, à travers la revalorisation d'objets et de meubles.

Nous sommes également partenaires avec l'association MUTO qui est spécialisée dans le réemploi et la valorisation artistiques des déchets produits par le milieu événementiel.

La Cime Verte est une entreprise d'entretien des espaces verts partenaire qui nous a fourni de nombreux déchets verts destinés au broyage afin de créer une partie des décors

Nous avons sollicité les habitants locaux pour des dons d'objets initialement destinés à la poubelle et des matériaux inutilisés afin de les revaloriser et de les inclure dans le spectacle.

Nous réemployons nos anciens décors afin d'en créer de nouveaux jusqu'à un état de dégradation avancé ne permettant plus de les utiliser.

**Grâce à toutes ces actions et ces partenaires, environ 87% des déchets produits par le spectacle sont des matériaux recyclés ou valorisés !**

Le restant est principalement lié à l'alimentation, les objets à usage unique ainsi que les achats de matériaux spécifiques à ce projet.

## Quelques chiffres

22 tonnes, c'est le poids total estimé de matériaux utilisés pour la réalisation des décors.

Les déchets du spectacle, 29m<sup>3</sup>, peuvent tous tenir dans une grosse benne de chantier!

Voici le détail de cette benne :

- **65 % de déchets recyclables** provenant de circuits destinés à la revalorisation et retournant dans les circuits de recyclage
- **22% de déchets verts** provenant de tailles et coupes nécessaires et retournés au compost ou au broyage.
- **13% de déchets non-recyclables** produits par le spectacle, principalement de l'alimentaire et des matériaux d'anciens décors devenus obsolètes.

Ces chiffres traduisent une vraie démarche quant à la création de décors de manière écologique et portent une réflexion sur l'utilisation des matériaux déjà existants pour stimuler la création.



# PARTENAIRES & SPONSORS

Pixom travaille avec des partenaires locaux pour la création de ses spectacles. Du prêt de matériel au don de matériaux, ce projet a permis à tout.e.s de participer à la réalisation de cet événement en mettant en valeur les structures du territoire.

Cet événement a été rendu possible grâce au soutien de **la mairie des Bréviaires**.

Nous sommes en partenariat avec l'association **Ressources&Vous**, et leur centre de gestion du stock basé au Perray-en-Yvelines. En étroite collaboration avec le directeur artistique de leur association nous œuvrons ensemble pour la revalorisation artistique d'objets et de meubles. Nous sommes sensibles à leur démarche en général, et nous avons accueilli une de leurs employées en stage lors de ce projet.

Nous avons également travaillé avec :

**L'association Muto**, pour le réemploi de matériel événementiel destiné à être détruit.

**La Cime Verte**, entreprise Rambolitaine d'entretien des espaces verts et d'élagage. Ce partenariat propose d'explorer une nouvelle utilisation des déchets verts en leur donnant une seconde vie dans la création de spectacles.

**Les Pompes Funèbres et Marbrerie Dessuille** à Monfort-L'Amaury et les **Pompes Funèbres Générales** de Rambouillet, pour les prêts et/ou dons de cercueils.

L'enseigne **Cultura** Rambouillet qui nous a fourni des matériaux de création.

Le **Crédit Mutuel** et le **CIC** et leurs établissements de Rambouillet se sont engagés financièrement pour la réalisation de cet événement sur le territoire.

**Les Enchanteuses** à Rambouillet, pour la revalorisation textile ayant servi à la création de costumes et de décor.

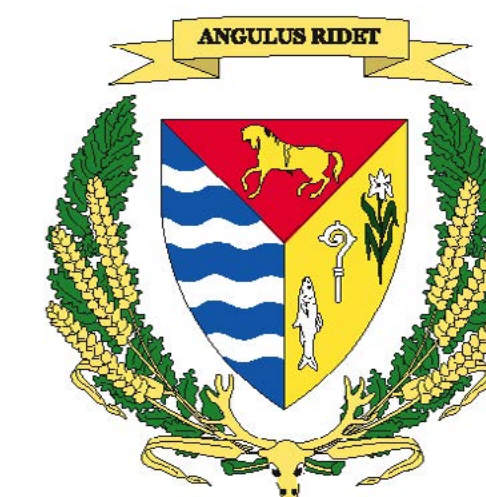
**La Librairie Labyrinthe** à Rambouillet, et la médiathèque du pôle culturel de **la Lanterne** qui nous ont donné de nombreux livres destinés à la destruction ainsi que les journaux "**L'âge de faire**" périodique mensuel traitant de sujet écologique et "**les Nouvelles de Rambouillet**" pour leurs dons d'exemplaires invendus ayant été réemployés dans les décors.

**L'A.S.L.B.** des Bréviaires, qui a assuré l'animation des ateliers à destination des familles tout au long de l'événement.

**La brasserie la Barge** dont les locaux sont à Rambouillet et qui nous a fourni le matériel nécessaire au débit de boisson.

Cette liste de partenaires ne cesse de croître au fil de nos projets, et nous les remercions chaleureusement. Un grand merci également aux particuliers ayant fait don d'objets pour cette création.

Ensemble nous participons à la réalisation d'événements culturels dans le Sud-Yvelines produits de manière écologique et tournés vers un avenir commun.



SERVICES FUNÉRAIRES



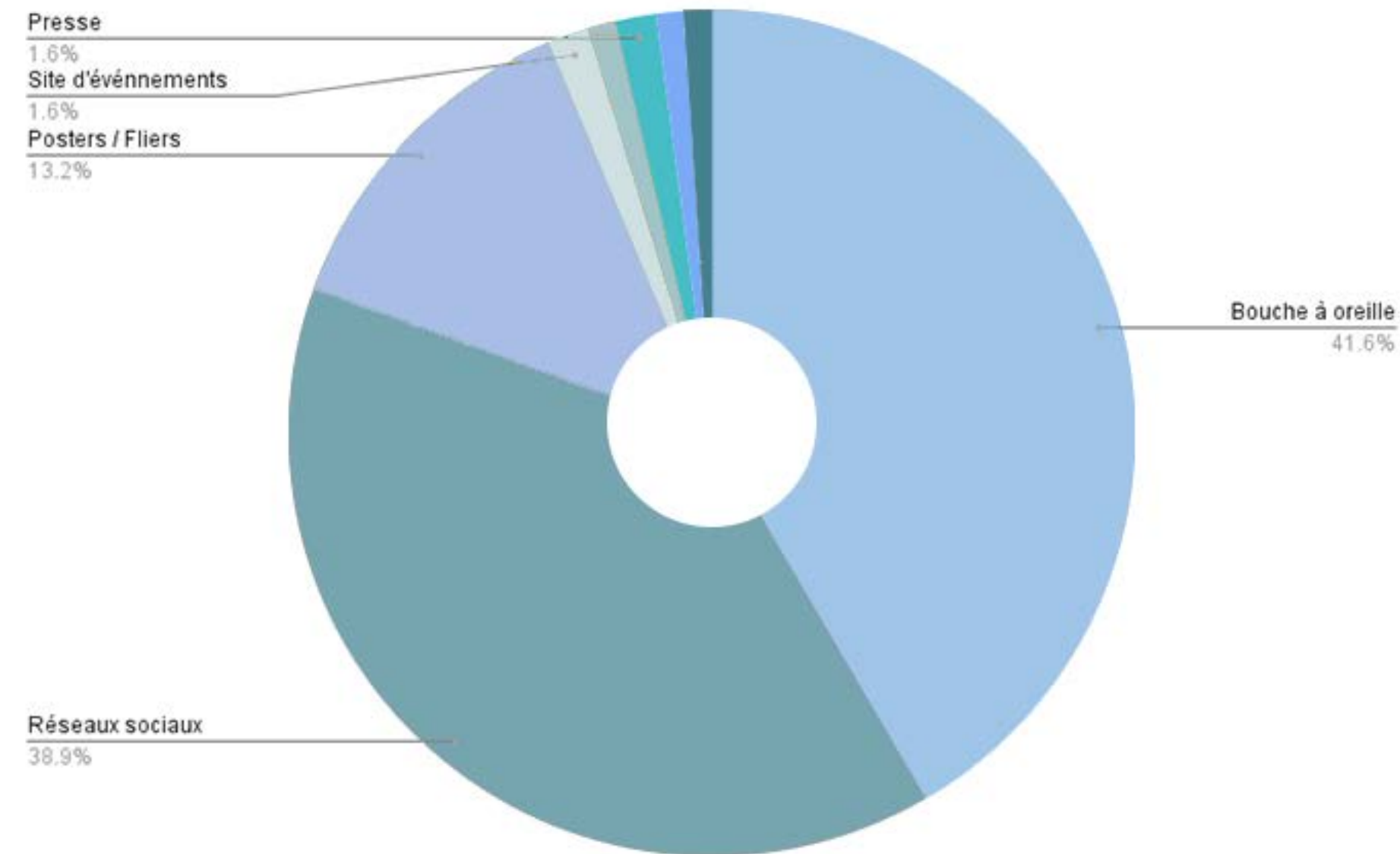




# COMMUNICATION



Comment avez vous entendu parler de la compagnie PIXOM ?

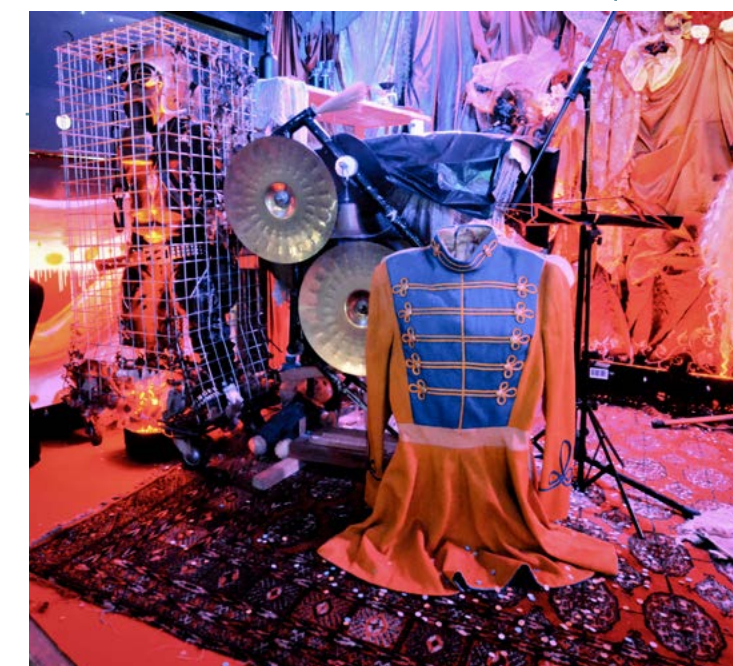
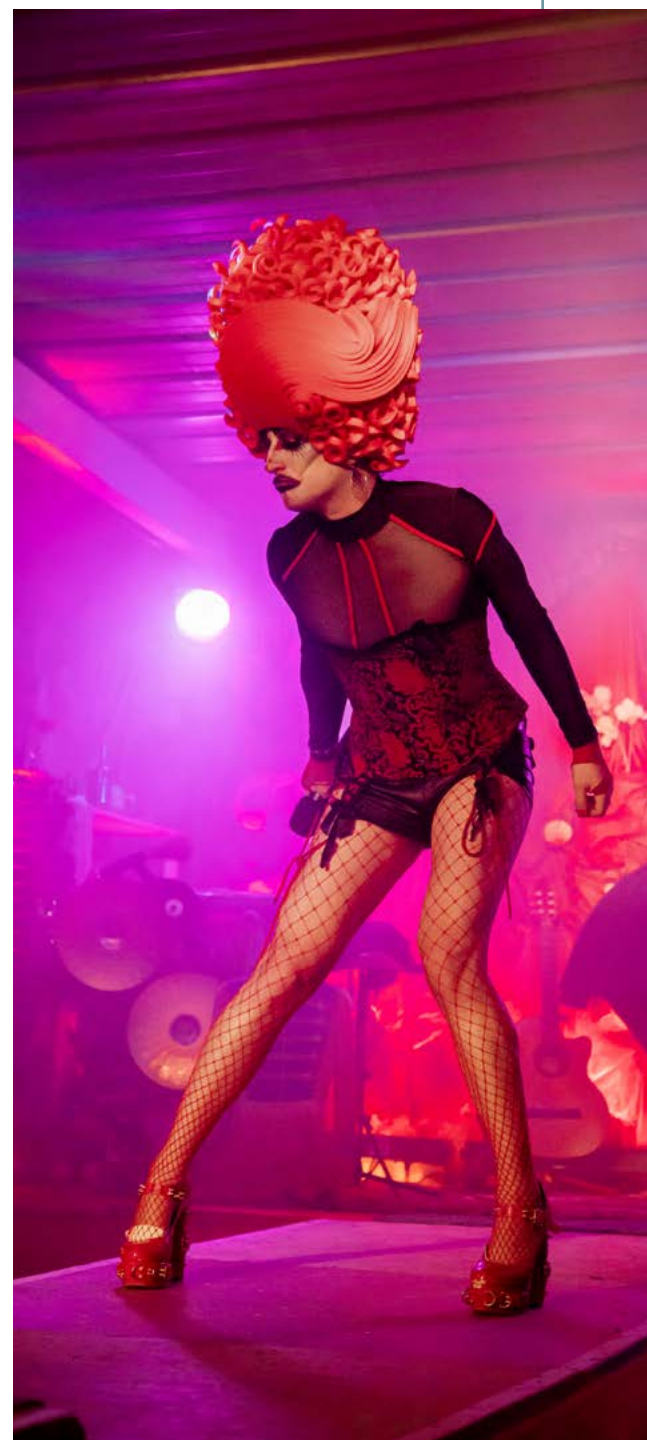


La campagne marketing s'est majoritairement jouée sur 3 facteurs:

- les posters / fliers (300 posters / 15k fliers)
- les réseaux sociaux
- le bouche à oreille

La présence de la presse écrite, radio et TV a été précieuse pour booster et relayer notre campagne sur les réseaux sociaux.

Ces chiffres viennent des réponses reçues à notre questionnaire, les pages suivantes donneront plus de détails sur les sources du trafic en ligne vers la billetterie.





# RÉSEAUX SOCIAUX

Couverture de la page Facebook PIXOM pendant la campagne marketing: **83,1K**. C'est le nombre de comptes Facebook qui ont vu l'un des contenus de notre page, y compris les publications, les stories et les publicités.

Sur les réseaux sociaux, notre stratégie a été d'aller directement sur les pages des communes et associations locales pour diffuser nos publicités en prenant pour épicerie de la campagne la commune de Cernay-la-Ville.

**778** followers sur Facebook et Instagram, ce qui est peu par rapport à notre résultat, démontrant l'importance d'une campagne stratégique, ciblant spécifiquement les utilisateurs susceptibles d'être intéressés.

PIXOM.ORG

Notre site a reçu **10 781 visiteurs** pendant la campagne marketing, venant majoritairement de Facebook, ou en lien direct grâce au QR code sur les posters / fliers par exemple.

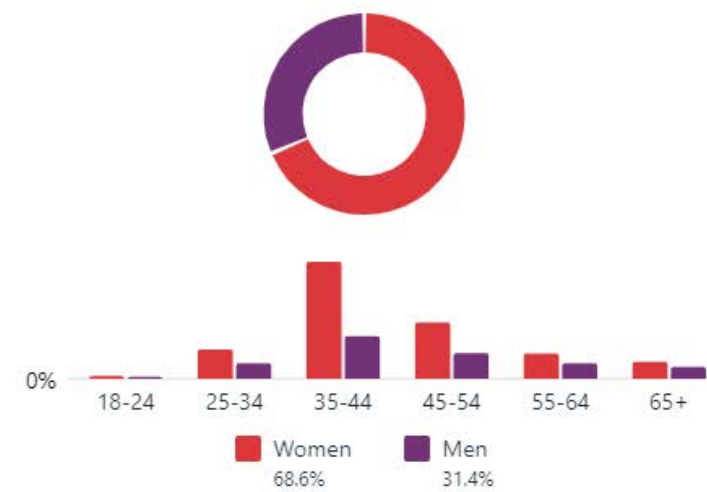
Facebook followers ⓘ

557

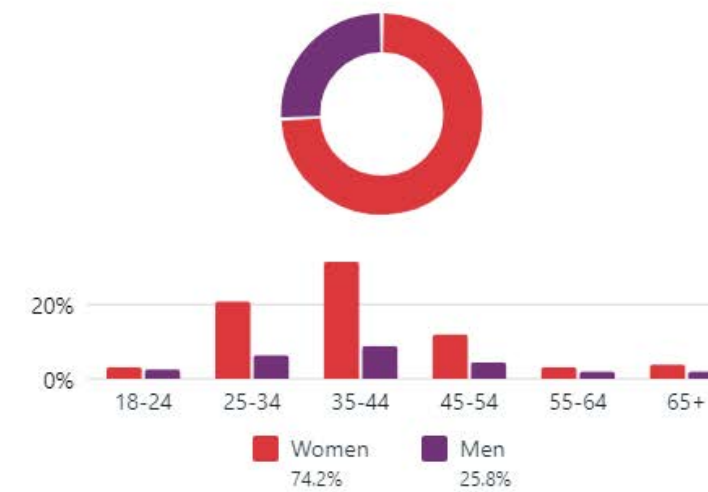
Instagram followers ⓘ

219

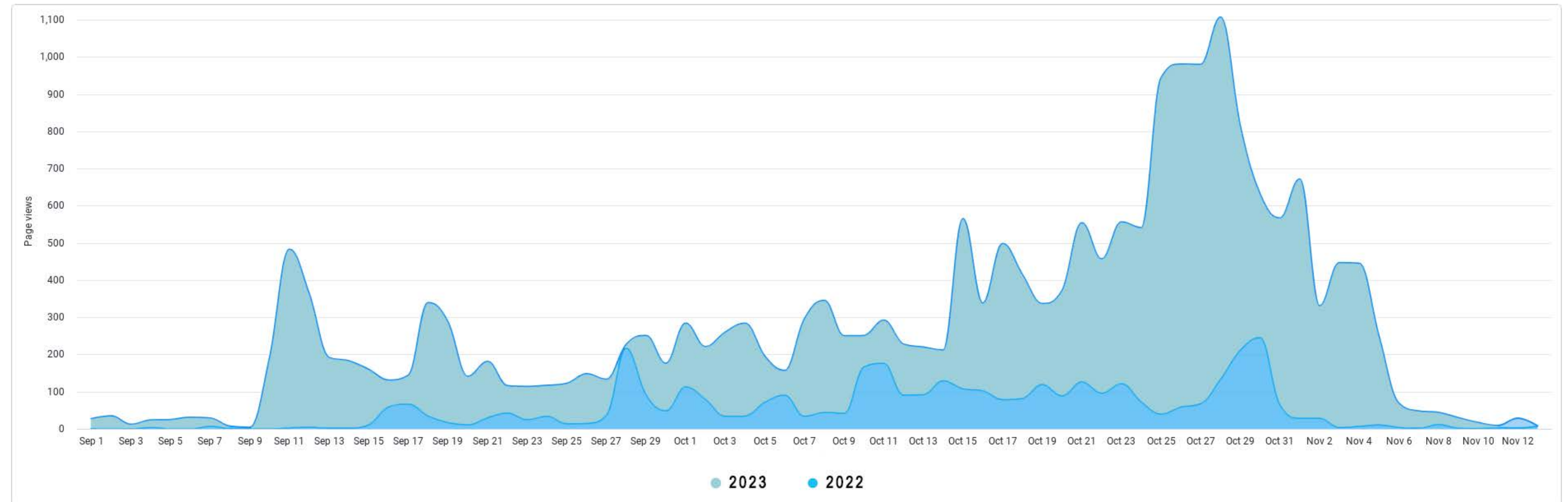
Age & gender ⓘ



Age & gender ⓘ



Comparaison des Page Views sur pixom.org du 1<sup>er</sup> septembre au 15 novembre 2022 et 2023



Couverture ⓘ **83,1 K** ↑ 1,2 K

Interactions avec le contenu ⓘ **4,8 K** ↑ 1,2 K

Followers ⓘ Global **557**

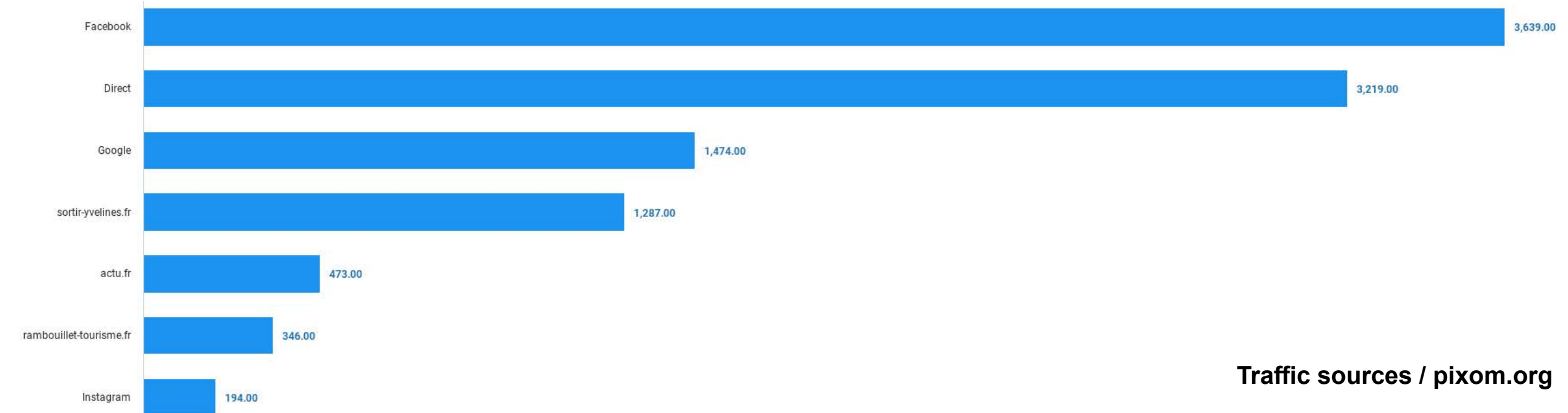
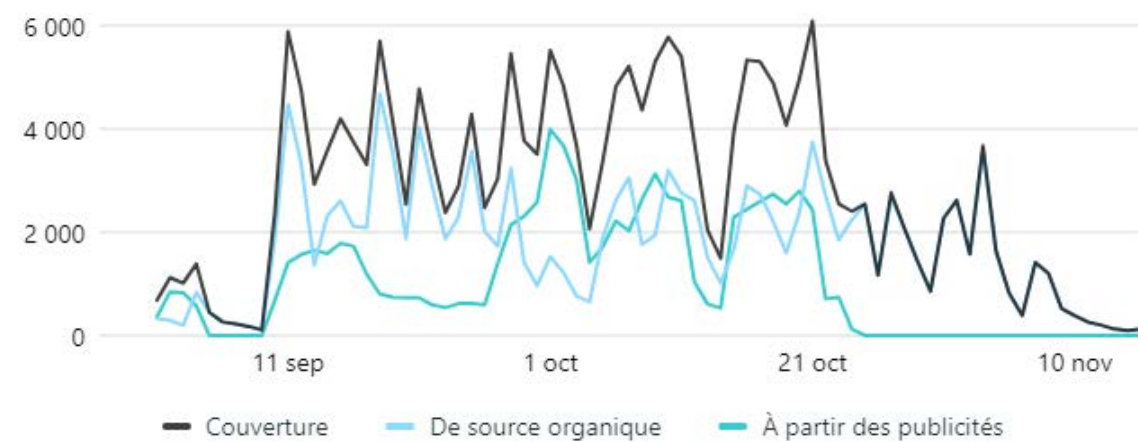
Clics sur un lien ⓘ **2 K** ↑ 3,4 K

## Répartition de la couverture

Total **83 142** ↑ 1,2 K

De source organique **50 699** ↑ 688,1

À partir des publicités **36 032** ↑ 100



Traffic sources / pixom.org





# PRESSE

PRESSE ÉCRITE



ACTU78

ECHO REPUBLICAIN

RADIO



RADIO SENSATIONS

RADIO VIEILLE ÉGLISE

TV



TV78 REPORTAGE

CONTENU PIXOM

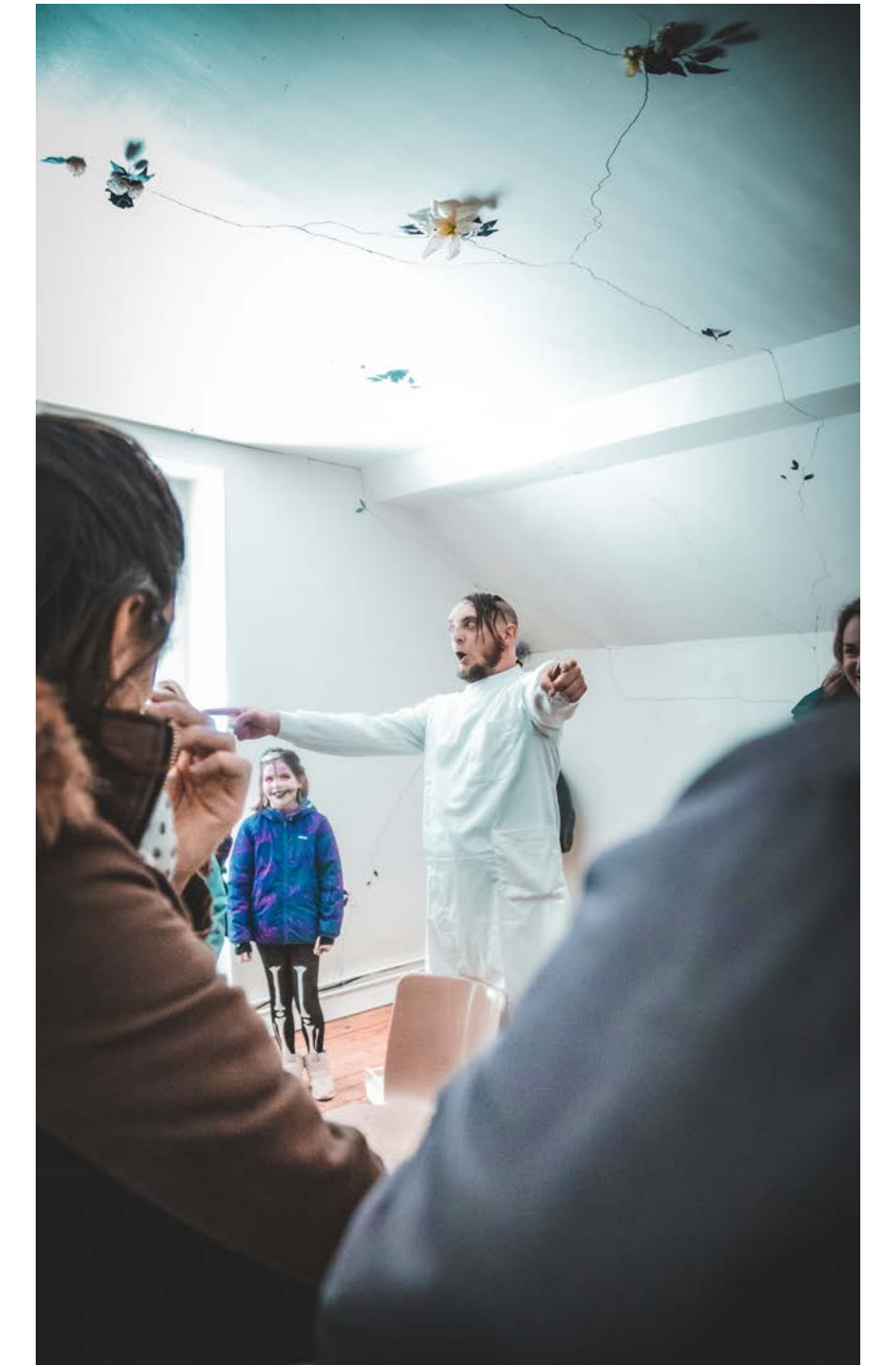


DOSSIER DE PRESSE

CHAINE YOUTUBE

MEDIA KIT

CLIQUEZ SUR LES BOITES  
POUR ACCÉDER AUX ARTICLES / VIDEOS





# IMPRESSIONS

A2 & A3- POSTERS

A6 - FLIER

LA COMPAGNIE PIXOM PRÉSENTE UN SPECTACLE IMMERSIF ET PARTICIPATIF

## LA MAISON HANTÉE ONCE UPON A PUNK



COMPAGNIE  
**PIXOM**

27 | 28 | 29 | 31 OCTOBRE | 18H30 | **TOUT PUBLIC**  
& 01 | 03 | 04 NOVEMBRE | 22H00 | MANOIR DES BRÉVIAIRES

INFORMATIONS & RÉSERVATIONS  
**PIXOM.ORG**

RESSOURCES  
OXVOUS

ASL

Église de la  
Verte

CIC

Cultura

Dessuille

Crédit  
Mutuel

PF

## LA MAISON HANTÉE ONCE UPON A PUNK



LA COMPAGNIE PIXOM PRÉSENTE UN NOUVEAU  
SPECTACLE IMMERSIF ET PARTICIPATIF

## LA MAISON HANTÉE ONCE UPON A PUNK

*Enchanté, visiteurs imprudents !*

*Astremek, le nécromancien un poil décrépît  
que je suis, n'attend que vous pour partager  
les histoires étranges qui me hantent jours et nuits.*

*Venez vous perdre joyeusement dans les méandres  
de mon imagination et nourrissez donc les créatures  
du manoir des Bréviaires de vos propres cauchemars  
nappés de petits oignons.*

*N'hésitez pas, faites le premier pas,  
je vous promets de narrer de mon mieux les  
circonstances de votre trépas.*

COMPAGNIE  
**PIXOM**

27 | 28 | 29 | 31 OCTOBRE | 18H30 | **TOUT PUBLIC**  
& 01 | 03 | 04 NOVEMBRE | 22H00 | MANOIR DES BRÉVIAIRES

INFORMATIONS & RÉSERVATIONS  
**PIXOM.ORG**

RESSOURCES  
OXVOUS

ASL

Église de la  
Verte

CIC

Cultura

Dessuille

Crédit  
Mutuel

PF



# CONCLUSION

Notre expérience sur *La Maison hantée : Once Upon a Punk* a été très positive. Nous avons atteint tous nos objectifs et les résultats ont même dépassé nos espérances malgré la déception de ne pas avoir eu accès au Haras des Bréviaires cette année, mettant en avant la grande capacité d'adaptation de la compagnie et nous permettant de créer un lieu d'ouverture et de culture locale: **le Mycélium**.

D'un point de vue artistique nous avons réussi à toucher **un public intergénérationnel** majoritairement local qui a été réceptif à notre spectacle immersif et participatif en plébiscitant notamment la qualité des décors, l'accent mis sur les interactions ainsi que le jeu des comédien-ne-s. Ce sont ainsi **2600 participant-e-s** qui sont venu-e-s découvrir notre spectacle. Un jour de représentation supplémentaire a par ailleurs été mis en place afin de répondre à la forte demande. Ceci démontre un engouement de plus en plus fort du public pour ce genre d'événement et la place primordiale et de plus en plus importante que Pixom revêt au niveau culturel.

Pixom a attiré, avec ce spectacle, un grand nombre de personnes qui ont pu découvrir notre univers pour la première fois. Il apparaît par ailleurs qu'une grande partie de ces participant-e-s n'ont pas pour habitude d'aller au théâtre, démontrant ainsi le côté primordial de ce genre de proposition culturelle attirant à la fois les habitués mais aussi un nouveau public adepte de notre démarche. D'une production à l'autre, l'influence culturelle de la compagnie s'étend donc de plus en plus **au travers du Sud Yvelines et même dans les départements voisins**.

Cette influence et cette popularité apparaissent au travers du très grand nombre de **bénévoles** qui sont venu-e-s nous aider à la mise en place et au bon déroulement de cette nouvelle maison hantée et sans qui cet événement n'aurait pu être mis en place.

*La Maison Hantée : Once Upon a Punk* aura aussi été l'occasion de **permettre l'accès à la culture** au plus grand nombre à travers la mise en place de stages au sein de la création de notre événement mais aussi de moments de médiation avec la découverte des coulisses de notre spectacle par une maison de quartier et un établissement médico-pédagogique et la création d'ateliers familiaux grâce aux jeunes de l'ASLB. Un accent a été mis sur les publics dits "empêchés" qui n'ont pas ou peu accès aux événements culturels, afin que ceux-ci puissent partager ce moment avec nous. Quels que soient les publics nous restons donc fidèles à notre volonté d'ouvrir la culture à tous-tes.

Cette année la création du **programme de résidence Yggdrasil** a permis un échange culturel avec l'artiste américain J.Cody Andersen venu de Los Angeles pour une période de deux mois et a participé à une démarche d'ouverture vers les pluralités culturelles. Cette première tentative a apporté beaucoup à la compagnie et sera réitérée à l'avenir afin de toujours faire évoluer notre vision et notre pratique artistique.

Enfin, sur le plan **écologique**, depuis la première maison hantée de nouveaux **partenariats** ont été réalisés pour la création de nombreux éléments de décors privilégiant la réutilisation. Ainsi est venu s'ajouter à Ressources&Vous, notre principal partenaire, l'asso-



ciation Muto, spécialisée dans le réemploi d'éléments événementiels, en vue d'une production toujours plus écoresponsable.

Nous tenons par ailleurs à **remercier la mairie des Bréviaires** ainsi que toutes les structures locales, partenaires et sponsors qui nous ont soutenus pour la création et la mise en place de ce spectacle.

Ce projet nous a permis de faire face à de nombreux challenges artistiques et techniques, avec la construction d'espaces de grandes tailles en un temps record prouvant notre capacité à nous adapter et à repousser nos propres limites. Ce genre de défi nous permet une réflexion toujours plus poussée sur les différentes façons de nous organiser face aux challenges proposés afin d'être encore plus efficaces.

Pour l'avenir et afin de faire évoluer nos ambitions dans les meilleures conditions possibles Pixom se prépare à faire face à de nouveaux défis en dehors des Bréviaires avec, notamment, une implantation dans la commune voisine de Cernay-la-Ville mais aussi un partenariat avec la société Taos Event dans le but de mettre en place de toutes nouvelles productions.

De même, la recherche vers le développement d'une méthode d'écriture et de création de spectacle immersif et participatif plus perfectionnée continue toujours et de nombreux échanges seront mis en place en ce sens.



PIXOM présente

# Once upon a Punk

## DIRECTION ARTISTIQUE

Charlie Formenty

## PERFORMERS

**Astremek le Nécromancien** : Romain Deloutre

**Deirdre O'Brien, la Banshee** : Lisa Meyer

**Moïra** : Claire Leluc-Derouin

**Ora, la Pixie** : Sandrine Gros

**Dr.Sauf** : Kévin Bréro

**Méveillek, reine des insectes** :

Michèle Sébal et Simon Derouin

**Puck, le Puca** : J. Cody Andersen

**Tank Girl** : Sarah Scotté

**Amelia Earhart** : Virginie Polinacci

**Lady Thanatos** : Rodolphe Lechat

**Grégoire** : Julien Prével

## ARTISTE EN RESIDENCE

J. Cody Andersen

## ART & DESIGN

### Implantation sur site

Charlie Formenty

### Ecriture

Kailevine Lotter, Simon Derouin, Charlie Formenty

### Conception et réalisation Décors

Simon Derouin, Solenne Musseau, Marie-Christine Sottiaux-Formenty, Adeline Farcy, Julien Prével, Olivier Wagnies & Didier Derouin

### Design et construction des structures extérieures

Cody Andersen, Simon Derouin & Didier Derouin

### Instruments interactifs : Petites Musiques de Bruits

Alain De Filippis

### Costumes & Accessoires

Charlie Formenty, Catherine Béron-Poffé, Michelle Sébal, Olivier Wagnies, Simon Derouin & Sandrine Gros

## TECHNIQUE

### Direction Technique

Didier Derouin

### Installations sonores

Alexandre Huchet, Tom Deimbacher, Julien Prével

### Lumières

Benoit Sachot, Julien Prével & Charlie Formenty

## PRODUCTION

**Présidente de l'association** : Angélique Barreiro

**Directrice de production / relations publiques / billetterie** : Charlie Formenty

**Chargés de production** : Simon Derouin, Kévin Bréro

**Assistant billetterie** : André Berlemont

**Protocole de sécurité** : Charlie Formenty

## COMMUNICATION

**Directrice de communication** : Charlie Formenty

**Chargé de communication, Vidéos & Réseaux Sociaux** : Julien Prével

**Website / Graphisme** : Charlie Formenty

**Photographie** : Charlie Formenty, Julien Prével

**Modèle photo** : Mélia Formenty Presotto, Charlie Formenty, Kévin Bréro

## DOCUMENTATION

**Photographie** : Charlie Formenty, Julien Prével, Yves Simeon, Pascal Pacquet, Sébastien Oshe et Victor Frochtmann

**Captation video**: Victor Frochtmann

## STAGIAIRES

### Stagiaire Décors

Valérie Goncalves

### Stagiaires Maquillage

Valentin Lagorce, Paloma Carpentier, Elona Belamich

### Stagiaire Production

Esteban Goupille Gros

## LES INDISPENSABLES COUPS DE MAIN

Catherine Béron-Poffé, Angélique Barreiro, André Berlemont, Brigitte Berlemont, Valérie Cavaiotti, Valérie Goncalves, Sarah Comte, Tom Deimbacher, Leaticia Damien, Rémi Damien, Lenia Dos Santos, Mélanie Faure, Adeline Farcy, Jacques Formenty, Mélia Formenty Presotto, Victor Frochtmann, Mado Fraboul, Ambre Goupille Gros, Esteban Goupille Gros, Ermeline Gros, Franck Goupille, Georges Joseph, Alexandre Huchet, Alain Lely, Delphine Ludinard, Claire Leluc-Derouin, Thibaud Derouin, Marie-Cecile Restegini, Leslie, Marie-Emilie Laqua, Yannick Moreira, Nathalie Morin, Anne-Lorraine Nizou, Philippe Nizou, Sébastien Oshe, Pascal Pacquet, Julien Petipas, Philippe Peyronnel, Julien Prével, Elsa Prével, Virginie Polinacci, Julien Raynault, Matthieu Robillard, Laurent Robert, Yves Simeon, Charlie Simeon, Heda Simeon, Marie-Christine Sottiaux, Claire Sottiaux, Sarah Scotté, Michèle Sébal, Sophie Triau et Gilliane Tualle

### ATELIERS CREATIFS

Lenia Dos Santos, Elsa Prével, Mélia Formenty Presotto, Ambre Gros, Emma Aubry, Emma Pires, Clara Beck

## DONATIONS CROWDFUNDING

Stéphanie Aumaitre, Marie-Hélène Baudry, Jean-Marc Berlemont, Marie-Christine Sottiaux,, André Berlemont, Annie Bernot, Chantal Bonnard, René Bréro, Catherine Béron-Poffé, Isabelle Crenn, Laetitia Damien, Marie-Christine Delafont, Bernard Delattre, Celia Nascimento, Jacques Formenty, Anne-Laure Leprince-Tartar, Franck Nebeker, Philippe Nizou, Cecile Ouvrard, Jean-Paul Privat, Cynthia Richet, Sandrine Rubio, Abdi Rubin, Sandrine Saint-Jean, Marie-Cécile Resteghini, Mélanie Sordon et Emmanuel Vandame

## PARTENARIATS & TERRITOIRE

La Mairie des Bréviaires

Ressources&Vous

A.S.L.B.

Muto

## SPONSORS

l'Age de Faire, la Brasserie la Barge, le CIC de Rambouillet, la Cime Verte, le Crédit Mutuel Rambouillet, Cultura Rambouillet, les Enchanteuses, la Librairie Labyrinthe, la médiathèque du pôle culturel de la Lanterne, les Nouvelles de Rambouillet, les Pompes Funèbres Générales de Rambouillet et les Pompes Funèbres et Marbrerie Dessuille

## REMERCIEMENTS

Un remerciement tout spécial et chaleureux pour tous les bénévoles qui ont travaillé sur ce projet.

Jacques Formenty

Martine Carzunal

Philippe Nizou de Lip's Art

Olivier Wagnies et toute son équipe

Laurent Robert

Alain Lely et Valérie Cavaiotti

Sophie Bellac



**COMPAGNIE PIXOM**

contact@pixom.org / 07 86 34 03 18

**PIXOM.ORG**

12 route des Haras, 78610 Les Bréviaires

**Numéro de SIREN:** 919155853

**Numéro de SIRET:** 91915585300022

**RNA :** W782009843

**Licence d'entrepreneur du spectacle :** L-D-22-7362

COMPAGNIE  
**PIXOM**

