



STREET CULTURE
FOR REGIONS

REGIONAL ALLIANCE ACTION PLAN IO2



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



LE LABA FRANCE

Le Laba, Bordeaux, France

Quelles sont les étapes de la mise en place de votre alliance "Street culture for regions" ?

I. Planification du processus

1. Quelles actions de planification allez-vous initier dans le cadre de la planification de la formation de votre Alliance ? (Quel est votre objectif ?)

Objectif : Réunir différentes organisations (autorités locales, organisations d'emploi, organisations de culture de rue et d'arts, organisations de formation) afin de :

- établir des **relations durables** entre les acteurs de la jeunesse, de l'éducation, de la formation, de l'emploi et des industries culturelles et créatives afin de créer un **réseau**.
- les rendre capables de **partager et de mettre en commun des** ressources et des méthodologies
- réfléchir à un **sujet spécifique** lié à l'esprit d'entreprise dans la culture de la rue
- identifier les rôles de chaque organisation sur le territoire.
- intégrer l'esprit d'entreprise dans le domaine de la culture de rue dans leurs lignes directrices et leur offre
- permettent aux organisations de **communiquer** au public cible sur leurs actions et de **valoriser** l'esprit d'entreprise en tant que compétence de vie.

Actions de planification

Une série de réunions où toutes les parties prenantes sont invitées à participer de manière **active et contributive** (atelier, world café, présentations interactives, jeux, etc.)



- Réunion #1 : **Présentation** du projet Street Culture et des partenaires / Présentation de la problématique / Participants potentiels et réseau à inviter
- Réunion #2 : Réseau d'ouverture / Études de cas sur la façon de valoriser les entrepreneurs de la culture de rue : l'exemple de la Fondation Parada et du Festival Chahuts
- Réunion #3 : Problématisation avec de nouveaux participants / Comment la ville, à travers ses multiples créations, peut-elle être un espace de développement d'activités ?
- Réunion#4 : Atelier statu quo "état des lieux sur le territoire" : des petits groupes font un diagnostic de ce qui se fait sur le territoire pour soutenir les jeunes et les NEETS dans l'entrepreneuriat dans la culture de rue. Ils mettent en évidence les bonnes pratiques et les besoins. Ils mettent en évidence une ou quelques problématiques.
- Réunion #4 : **Plan d'actions** : Evaluation des ressources / Atelier "Parcours de soutien "step by step" : quelle organisation est utile à quelle étape pour l'emploi des jeunes dans l'entrepreneuriat dans le domaine de la culture de rue. / Atelier "Compétences en culture de rue" : qui travaille dans quel domaine, quelles compétences peuvent-elles apporter / possibilité de créer une cartographie des ressources.
- Réunion#5 : Événement public pour communiquer sur les **résultats** pendant le festival des arts de la rue de Chahuts en juin en 2022. Une table ronde est organisée avec toutes les parties prenantes pour présenter des études de cas et présenter les différentes opportunités dans la culture de rue. Les professionnels et le grand public seront présents.

II. Analyse (établissement du statu quo/de l'état actuel des choses)

1. Identifier les politiques et programmes existants,

Politiques et programmes existants

- Ville de Bordeaux : Adjoint au Maire en charge de la création et des expressions culturelles : Dimitri Boutleux
- Ville de Bègles : Annabelle Tallet, coordinatrice culturelle
- POLAU - pôle arts.urbanisme : <https://polau.org/>



- OARA (Bureau Artistique de Nouvelle-Aquitaine) : <https://oara.fr/>
- DRAC (Bureau régional des affaires culturelles) : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/DRAC-Nouvelle-Aquitaine>
- Bordeaux Métropole : Street art saison : <https://www.bordeaux.fr/p109835/saison-street-art>

2. Identifier les lacunes et les besoins éventuels

Lacunes et besoins

Le paysage de l'entrepreneuriat de la culture de rue n'est pas connu du public cible.

- Nécessité de **préciser et de définir** le champ de la culture de rue
- Il faut **créer du contenu** à communiquer (vidéos, meilleures pratiques, histoires à raconter) pour montrer que l'entrepreneuriat dans la culture de la rue **est possible** et partout.
- Nécessité d'un **mentorat et d'un soutien individuel** aux jeunes intéressés à avoir une réelle implication des jeunes et à **assurer des opportunités d'emploi**.
- Nécessité d'informer au bon endroit et avec les **moyens appropriés** (médias sociaux, bureaux des jeunes, bulletins d'information, animateurs de jeunesse, etc.)
- Nécessité d'un centre de ressources pour assurer **la pérennité du réseau** des parties prenantes.

III. Création d'une alliance SCR

LE PROCESSUS DE MISE EN PLACE DE L'ALLIANCE RÉGIONALE (ces informations seront également utilisées dans votre plan d'action)

1. Réunir l'alliance SCR - comment réunir les partenaires ? Que font-ils (par exemple, réunions, visites d'étude) ? Quels sont les obstacles éventuels que vous prévoyez de rencontrer ? Comment allez-vous surmonter ces obstacles ?

Comment ?

- Recruter et motiver les intervenants en les contactant **individuellement**
- Invitez-les **officiellement** à la première réunion (faites une invitation formelle).
- Expliquez **précisément** le projet et les objectifs.
- Proposez-leur d'inviter **leurs propres membres ou leurs propres partenaires** à la réunion.



Ce qu'ils font ?

Ils se réunissent **5 fois** (1 réunion de présentation / 3 réunions d'atelier / 1 réunion de communication) et travaillent **sur un sujet spécifique** défini lors de la deuxième réunion.

Ils définissent des **étapes concrètes** pour le public cible : qui oriente/guide le public cible dans un premier temps ? qui définit avec lui son projet personnel ? qui propose une formation ? Qui structure leur projet ? Qui aide à la création de contenu ? Qui embauche ?

Obstacles ?

- Chaque partenaire a ses propres directives et perspectives, mettre tout le monde dans le **même esprit** et le **même** but peut être un défi.
- Communiquer sur le **rôle de chaque membre** dans l'Alliance peut être un obstacle.
- Communiquer aux jeunes ce domaine **vaste et diversifié** qu'est la culture de la rue.
- **Motiver les** jeunes et les NEETS

Surmonter les obstacles ?

- Définir la culture de rue et avoir une définition commune
- Définir l'esprit d'entreprise et réunir des personnes ayant un point de vue différent - l'esprit d'entreprise n'est pas un terme courant en France dans le domaine de la culture de rue car la plupart du temps il s'agit de financements publics et d'événements publics.
- Créer un esprit commun en impliquant **dès le début** les membres de l'Alliance et en les faisant **se connaître** grâce à des ateliers **collaboratifs**.
- Valoriser le travail des membres avec des **contenus innovants** : présentations interactives, portraits vidéo et mentions de **personnes de contact spécifiques**.
- Précisez le domaine avec des **exemples concrets** : success stories, portraits vidéo, témoignages, partage d'expériences lors d'événements, etc.
- Soutien à long terme en les aidant à **identifier les organisations et les personnes clés** pour obtenir de l'aide en cas de besoin.

2. Définir la région (où et pourquoi ?)

Nouvelle-Aquitaine, Le Laba dispose d'un **solide réseau** dans cette région.

Bordeaux et sa région disposent d'une importante ressource d'organisations travaillant dans le domaine de la culture de rue (nourriture, festivals, arts de la rue, tourisme alternatif, urbanisme, sport, danse, mode, marchés, etc.)

3. Qui d'autre doit être impliqué ?



Nous avons impliqué les parties prenantes suivantes :

Les autorités locales :

- Bègles city (Annabelle Taller, Benoît Bonamour)
- Bordeaux Métropole (Dimitri Boutleux)
- DRAC (Gwénaëlle GROUSSARD)

Université de Bordeaux :

-Master Coordination de projets interculturels : https://www.u-bordeaux-montaigne.fr/fr/formations/offre-de-formation-2016-2020/master-XB/lettres-et-lettres-langues-LGC.12/master-ingenierie-de-projets-culturels-et-interculturels-MDF16_216.html

Organisations et événements culturels et artistiques de la rue :

- Art de rue :
POLAU : <https://polau.org/>

Bruit du Frigo : <https://bruitdufrigo.com/>

Chahuts (Elisabeth Sanson, Corina Arinei) : <https://www.chahuts.net/>
- Pôle Magnétique : Pierre Lecaroz : <https://www.polemagnetic.fr/>
- Forum Rocher, Rocher de Palmer (Block Party) :
<https://lerocherdepalmer.fr/forum/>
- Dr Larsene (danses urbaines) : <https://www.facebook.com/cabinetmusical/>
- Foksabouge (hip-hop) : <https://www.foksabouge.com/>

- Compagnie Hors Série : <https://www.horsserie.org/>

La cuisine de rue :

- Gang de la nourriture , Maxime Morcelet :
<http://gangoffoiw.cluster021.hosting.ovh.net/>
- Entr'autres : <https://entr-autres.eu/>

- Centre social L'estey : <https://www.mairie-begles.fr/centre-social-et-culturel-de-lestey/>
- Réseaux culturels : In situ : <https://www.in-situ.info/>
- Carol Resende Camion Buteco Aperero : <https://buteco.eatbu.com/?lang=fr>

Le sport :

Petit plateau skateshop : <https://www.facebook.com/petitplateauskateshop/>

4. Identifier les autres acteurs clés nécessaires pour soutenir l'alliance SCR.
 - Des personnalités connues de la street culture : influenceurs, street artistes, journalistes : **Guillaumit, Jonas La Classe**
 - Ancien projet européen lié à la culture de rue : OPUS avec Rocher de Palmer, SFOFY (street food), MMM, YEA (entrepreneuriat), KUS KUS (nourriture)
5. Planification des actions et ressources - quelles actions sont prévues par l'Alliance ?

Action	Action proposée	Coût	Qui est impliqué ?	Résultat escompté	État d'avancement de l'action
1	Développer l'alliance régionale FR	0	LE LABA	Mise en place d'un partenariat de collaboration pour développer des actions visant à produire un impact régional.	Compléter
2	Mener des recherches et un exercice de cartographie pour résumer l'activité relative à la culture de rue dans la région de Nouvelle-Aquitaine et les politiques pertinentes pour le développement de	0	Voir la liste des partenaires de l'Alliance dans le document	Une plus grande clarté sur l'activité liée à la culture de rue dans la région et l'identification des lacunes et des besoins pour soutenir l'esprit d'entreprise dans ce secteur.	Compléter



	l'entrepreneuriat dans ce secteur.				
3	S'engager auprès des différentes institutions, des entrepreneurs et des éducateurs : les contacter et les inviter à des réunions.	0	LE LABA	Présenter les résultats du projet SCR et donner un calendrier des événements futurs.	Compléter
4	Organisation d'une table ronde avec le Festival de Chahuts pour les personnes intéressées par le SCR	0	LE LABA / CHAHUTS	Créer un réseau et encourager les institutions (ville de Bordeaux) à communiquer avec les entrepreneurs.	Compléter
5	Organisation du Prix Entreprendre pour la culture de rue à Bègles lors du Forum entreprendre pour la culture		LE LABA / AGENCE NOUVELLE AQUITAINE / COMPAGNIE DECALEZ	Créer une opportunité pour 10 jeunes entrepreneurs de présenter leur projet et pour deux projets d'être sélectionnés et de recevoir une subvention de 1500 et 500 euros. Créer un moment spectaculaire pour le public autour de la culture de rue, pour vulgariser le concept et amener le public à mieux connaître les différents secteurs de la culture de rue.	Compléter
6	Organisation d'un moment informel après le Prix		LE LABA / AGENCE NOUVELLE AQUITAINE /	Créez un moment de mise en réseau et présentez les résultats du projet aux différentes parties prenantes.	



7	Relier les artistes et les festivals à l'échelle européenne		LE LABA / CHAHUTS / PARADA FONDATION	Créer des passerelles entre les partenaires européens : programmeurs de festivals et artistes.	Compléter
8	Examen des résultats intellectuels		LE LABA / membres de l'alliance	Chaque partie prenante de l'alliance a reçu les différents OI afin de les examiner et d'obtenir un retour d'information pour les améliorer (test utilisateur).	
9	Diffusion des résultats du projet aux parties prenantes d'autres projets et lien avec d'autres projets liés à la culture de la rue et à l'esprit d'entreprise.		LE LABA / Rocher de Palmer / OIRD / Creative invisible / i-yes G1000 / OPUS	Grâce aux ressources développées par Street Culture, d'autres projets les ont utilisées à différentes occasions : formation, événement, conférence.	
10	Le long terme des alliances régionales		LE LABA	1. création d'un prix pour les jeunes entrepreneurs du secteur de la culture de rue. Ce prix permet aux jeunes entrepreneurs de rencontrer des partenaires publics : les collectivités territoriales. 2. Européanisation du programme des fêtes locales de Chahut et revitalisation des jumelages de la ville	



				dans le domaine culturel. 3.les membres de l'alliance développeront en 2023 un programme d'action sur le sport et la culture associant les animateurs dans les domaines du sport de rue, de la mode, de la street food et du street art. Ce programme est conçu dans le cadre d'un partenariat public/privé. Il est conçu et destiné aux jeunes habitants de la métropole bordelaise.	
--	--	--	--	---	--

Une série de réunions où toutes les parties prenantes sont invitées à participer de manière **active et contributive** (atelier, world café, présentations interactives, jeux, etc.)

- **Réunion n°1 : 11 novembre 2021**
Présentation du projet Street Culture et des partenaires / Présentation de la problématique / Participants potentiels et réseau à inviter

Résumé de la réunion

x Dimension économique

x Participation citoyenne : comment la culture de rue peut-elle aider la circulation de la parole des habitants ?



1/ Comment valoriser la culture de rue pour les collectivités locales, comment dire aux gens qu'il y a des possibilités d'emploi ? Comment deux concepts, à première vue opposés, comme l'entrepreneuriat et la culture de rue peuvent-ils trouver un compromis ?

L'institution fragilise-t-elle la liberté de la culture de rue ?

2/ Comment la parole circule-t-elle dans l'espace public ? Comment pouvons-nous donner la parole aux gens dans l'espace public ? Idée d'une table ronde où nous pourrions présenter les meilleures pratiques dans le domaine de la culture de rue / Inviter les parties prenantes : politiques, réseaux, artistes, autres domaines.

- **Réunion n°2 : 10 décembre 2021**

Réseau d'ouverture / Études de cas sur la manière de valoriser les entrepreneurs de la culture de rue : l'exemple de la Fondation Parada et du Festival Chahuts

Résumé de la réunion

Comment les festivals programment-ils la culture de rue ? Quels sont leurs critères ? Comment développer le réseau des cultures de rue au niveau européen ? Un point clé pour un entrepreneur :

1/ mutualiser les dates pour les artistes dans des lieux différents

2/ Un entrepreneur en culture de rue doit être capable de planifier à temps - de connaître son public et le territoire pour avoir la meilleure "offre" en termes de proposition artistique.

3/ Pour un festival : Faire travailler ensemble différents acteurs/entrepreneurs et artistes et autres pour avoir une chaîne de partage de connaissances et de compétences.

- **Réunion n°3 : 18 janvier 2022**

Problématisation avec les nouveaux participants

Résumé de la réunion :

Agenda

L'objectif de cette séance de travail était de réunir plusieurs organisations spécialisées dans le domaine de la culture de rue en Nouvelle-Aquitaine, et plus particulièrement dans le Street Art et la relation entre la Ville et les Artistes.

Après une table ronde, le projet européen STREET CULTURE FOR REGION, porté par Le LABA avec 7 partenaires européens a été présenté, suivi d'un débat autour d'une rencontre à Chahuts et d'une éventuelle restitution autour de ces thèmes lors du festival CHAHUTS, qui aura lieu en juin 2022.

L'organisation de la table ronde pendant les Chahuts

L'un des points forts de ces réunions sera l'organisation d'une table ronde / conférence ou d'un moment informel en juin.



L'objectif sera :

- réunir toutes les parties prenantes de l'alliance régionale
 - présenter le projet européen, les outils du projet développés dont le guide.
 - aborder la question du lien entre la ville et les artistes, entre l'art et les questions urbaines
 - aborder la problématique des opportunités pour les entrepreneurs de la culture de rue
- D'autres objectifs ont été discutés : mise en réseau, plaidoyer, cartographie, outils pour les éducateurs...

Le format reste à définir ensemble, mais une proposition intéressante émerge : celle d'organiser deux temps : un temps de discussion avec les citoyens sur la place Saint-Michel comme une " foire urbaine " ; et un temps plus professionnel.

A ce stade, le public reste à définir (professionnels uniquement ? grand public ?) ainsi que les intervenants, mais plusieurs organisations ou personnalités sont mentionnées : In Situ, Dimitri Boutleux, Christophe Dabitch, François Pouthier...

- **Réunion#4** : La réunion a eu lieu le 12 avrilth 2022 à Chapitô.

Résumé de la réunion : Des petits groupes font un diagnostic de ce qui se fait sur le territoire pour soutenir les jeunes et les NEETS dans l'entrepreneuriat dans la culture de rue. Ils mettent en évidence les bonnes pratiques et les besoins. Ils mettent en évidence une ou quelques problématiques.

Ordre du jour :

1. présentation du projet
2. présentation des résultats
3. discussion en petits ateliers

Sujet n° 1 : L'économie de la culture de rue : quels sont les modèles économiques qui prévalent aujourd'hui, quelles sont les évolutions possibles (facteurs endogènes) ?

Sujet n°2 : Ressources et opportunités de coopération : Quelles sont les ressources qui existent aujourd'hui pour soutenir l'entrepreneuriat dans le domaine de la culture de rue ? Quelles sont les structures de soutien, les lacunes observées et les perspectives de développement de ce secteur (facteurs exogènes) ?

- **Réunion#5 : 17 juinth 2022**
Rencontre professionnelle lors du festival des arts de la rue de Chahuts en juin en 2022. La table ronde était animée par François Pouthier, directeur de chahuts,



avec toutes les parties prenantes pour présenter des études de cas et présenter les différentes opportunités dans la culture de rue. Professionnels, institutionnels, étudiants et grand public étaient présents. Environ 40 personnes y ont assisté.

Problématique :

-Des étudiants en architecture ont présenté l'importance de la participation des citoyens pour penser l'espace public et l'urbanisme, en la replaçant dans le contexte de 2 projets, l'un à Putignano, en Italie et l'autre près du Rocard de Bordeaux.

Importance de la stratégie ascendante et de l'utilisation de l'espace par les habitants.

- Les invités, dans le domaine du hip-hop, du street art, du skate et du foodtruck, ont parlé de leur modèle économique et du fait qu'ils n'ont pas un seul métier mais plusieurs (comptable, commercial, artiste, médiateur).
- Ils avaient en commun le commerce, le marketing et le goût de l'événement, ce qui est important pour ce qu'ils font.
- La capacité à présenter votre projet (pitch pour les banques) est importante à avoir
- Il est important de faire une analyse de l'offre du marché existant avant de commencer.
- Savoir rédiger un projet et trouver des partenaires
- Être capable de rechercher des personnes qui peuvent partager leur expérience.
- Communiquer avec les habitants, exemple du skate qui fait du bruit et nécessité de changer l'image de ce sport, vu comme "mauvais" pour la ville.
- Idem pour la culture hip-hop qui est inconnue pour certaines personnes.

Dimitri Boutleux, représentant de la ville de Bordeaux, urbaniste et paysagiste, a parlé de l'autonomisation dans l'espace public, ils veulent faciliter les projets dans l'espace public.

Il compare la France et le Royaume-Uni, le rôle de l'État est différent, l'État britannique est moins présent.

-L'importance pour l'université de ne pas se contenter de donner deux heures de comptabilité mais de leur apprendre à vivre de leur art et de leur donner les outils nécessaires.

" Ouvrir les possibilités est un point essentiel. " (Ilyes Falami)

" J'amène les jeunes à voir tous les différents métiers existants. "

La culture de rue se produit à la périphérie des villes, là où il y a de la porosité (Dimitri Boutleux).



➔ L'urbanisme tactique désigne un urbanisme citoyen, participatif et éphémère, porté par des habitants, des communautés et/ou des militants, qui mobilise souvent les ressorts de l'art et de l'événement.

Il est important d'impliquer les citoyens dès le début, lorsqu'il s'agit de construire...

"Cela peut créer une société pendant la construction, les gens peuvent la voir d'une manière heureuse et ne pas avoir une ville clé en main" (Dimitri Boutleux).

"Il y a de la place pour tout le monde sur ce marché" (Carol Resende)

L'image des artistes dans la culture de rue est également négative, car ils ne font cela que par passion et non pour gagner leur vie, beaucoup de gens pensent "oh, je devrais vous payer ?".

Beaucoup de questions dans le public :

L'itinéraire européen de la culture de rue, va-t-il institutionnaliser la culture de rue ?

Comment se passe la vie d'une femme dans ce domaine ?

Le skateboard et les camions (pour le food truck) sont vraiment masculinisés pas toujours facile, "mais on sait mieux !".

Nous devrions sortir, sur l'espace public, non seulement pour consommer des produits mais pour vivre l'espace.

La ville de Nantes, en France, autorise les barbecues en plein air dans la rue et les terrains de football transformés dans les cours de récréation. C'est un bon exemple.

Les orateurs et le public ont essayé de définir l'art et la culture. Extraits :

A partir de quand l'expression devient de l'art ? Chaque personne a sa propre définition.

Expression = émancipation

L'art, c'est quand on y apporte de la technicité et de la singularité, en y mettant de la conscience.

L'expression est votre jardin secret

L'art est le pouvoir de décider, est plus politique et institutionnel.

L'art est l'art de partager un moment, de partager un verre et de connaître les autres (Carol Resende Buteco Apéro Truck).

Léa : Pour moi l'art, c'est le bruit de mon skateboard sur le trottoir, la lumière du soir, la musique et voir l'architecture d'un autre œil.




INVITATION

Rencontre professionnelle Street Culture

Quelles opportunités pour entreprendre dans les cultures urbaines aujourd'hui ?

avec

Dimitri Boutleux, Adjoint au maire chargé de la création et des expressions culturelles, Ville de Bordeaux
Carol Resende, Buteco Apéro Truck
Ilyes Falami, Fondateur et directeur Foksabouge
Jonas Laclasse, street artist
Léa Vincent, Petit Plateau Skateshop Limoges

VENDREDI 17 JUIN 15H30

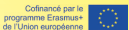
Square Dom Bedos, rue Jacques d'Welles – Bordeaux

Rencontre suivie du vernissage de l'exposition Doors of Gironde
réalisée par Jonas Laclasse et 24 jeunes complices
à 18h30, 8/10 rue Gaspard Philippe

projet réalisé en partenariat avec la Fabrique Pola dans le cadre du projet de «La Grande Tournée», financé par le Fonds Social Européen et l'Initiative pour l'Emploi des Jeunes.

Rencontre organisée par le LABA, avec le soutien de la Commission Européenne dans le cadre du projet Erasmus+ Street Culture for Regions – dans le cadre de la 31e édition du festival Chahuts, festival des arts de la parole et de l'espace public du 8 au 18 juin 2022, Bordeaux,










<https://www.facebook.com/streetcultureforregions/posts/pfbid02taM7WLYPHvBWS37S2ag7naCi1nS4PRGRwSiuRBEwwQrYBFMmRQ5XVjCjP1MPQNdtI>

6. Quelles sont les ressources nécessaires ? Comment les trouve-t-on ?

Ressources

- Un endroit agréable pour faire la réunion
- Liste des personnes à contacter : par le biais de notre base de données et de notre réseau
- Contacts des anciens projets
- Informations de base sur les membres : recherches antérieures
- Gribouiller l'agenda pour trouver la meilleure date
- Calendrier des réunions
- Problématique du terrain : recherche documentaire et presse
- Un lieu de rassemblement à travers notre réseau (POLA, Rocher de Palmer)
- Modérateur de la réunion : via notre réseau
- Bénévoles pour accueillir, gérer la liste des participants, prendre des photos, etc.
- Soutien à la communication : création interne de contenu et conception
- Impression du Kakemono des organisateurs et du logo du projet
- Flyer de l'événement
- Matériel : carton, ordinateurs, vidéoprojecteur, microphone, café de bienvenue.
- Connexion Internet
- Enquêtes d'évaluation pour la fin de la réunion



- Liste des participants à signer
- Ordre du jour de la journée
- Présentations Power Point : projet, partenaires
- Modèle de procès-verbal

7. Communication au sein d'une alliance SCR / Communication externe - partage du travail et des réalisations de l'alliance SCR (Quels sont les canaux de communication prévus ?)

Communication interne

Téléphone / Email / Dropbox / Réunions virtuelles et physiques

Communication externe

- Médias sociaux/Bulletin/Site web
- Bouche à oreille / Travailleurs de la jeunesse
- Bureaux de la jeunesse et centres pour l'emploi
- Médias : Articles de presse

8. Quels pourraient être les principaux facteurs de réussite de votre Alliance ?

- Complémentarité des rôles
- Réseau local
- Création d'un chemin concret "étape par étape".
- Proximité avec le public cible
- Qualité des contenus et des ressources
- Communication collective : un impact plus fort
- Communication visuelle (la culture de la rue est vraiment visuelle)
- Durabilité du réseau

9. Quels défis prévoyez-vous pour la mise en place et la gestion de votre Alliance ?

- Chaque partenaire a ses propres directives et perspectives, mettre tout le monde dans le **même esprit** et le **même** but peut être un défi.
- Communiquer sur le rôle de chaque partenaire dans l'Alliance peut être un obstacle : valoriser les actions " invisibles " est un défi.
- Communiquer aux jeunes ce domaine vaste et diversifié qu'est la culture de la rue.
- Motiver les jeunes et les NEETS



10. Quels outils vous seront utiles pour mettre en place et gérer votre Alliance ?

- Dropbox : pour partager des ressources et des fichiers
- Lundi : voir les progrès dans la mise en place de l'alliance
- E-mail et téléphone : pour contacter et échanger avec les membres des alliances
- Outils de visioconférence pour rester en contact avec les progrès réalisés (Zoom)
- Pack office : pour créer du contenu (Word, Excel, Powerpoint)
- Logiciel de conception : pour concevoir le contenu (Canva, Indesign...)
- Médias sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter), site web et bulletin d'information pour communiquer sur le projet et les événements.
- Enquêtes : pour évaluer la satisfaction et avoir un retour d'information (Monkey, Dragn, Pollseverywhere...)

11. Tout autre point de vue que vous avez : Organiser une alliance régionale demande beaucoup d'efforts au-delà du projet européen, c'est un travail local approfondi avec les parties prenantes, c'est vraiment passionnant et il faut être passionné. J'aime vraiment le faire, avec mon équipe. C'est l'occasion de découvrir de nouvelles organisations locales, de mélanger des publics de différents horizons, profils, expériences, âges, secteurs et opinions. C'est pour moi ce qui est passionnant : avoir différents points de vue sur un sujet et pouvoir faire une "chaîne" de qui peut faire quoi à quel stade pour aider les jeunes à trouver des opportunités et de l'inspiration dans le secteur de la culture de rue. (Jessica Favarel)