

Street Art Kidz

Liste de tâches

- ☒ Trouver un nom d'agence
- ☒ Définir nos rôles dans l'agence
- ☒ Trouver nom festival
- ☒ Vérifier SWOT + le finaliser
- ☒ Rajouter les partenaires dans le Swot
- ☐ Analyse des moyens à perfectionner
- ☐ Faire l'analyse du marché (bastien)
- ☐ Faire le brief global
- ☒ Catégoriser les objectifs (avant, pendant et après)
- ☐ Les cibles à perfectionner + faire les freins et les motivations (emilie et eva)
- ☐ Le positionnement à perfectionner/développer le texte (emilie et eva)
- ☒ Le copy strategy
- ☐ La stratégie des moyens
- ☒ Faire le budget prévisionnel (faire des fourchettes, PAS DES FOURCHES)
- ☒ Faire le calendrier (choisir la date > en même temps ?)
- ☐ Catégoriser
- ☐ Charte graphique
- ☐ Préparer les questions

- ☐ Faire le diaporama pour l'oral
- ☒ plan de l'oral
- ☐ Faire le dossier
- ☐ Rédiger de manière oral en mode convaincant
- ☒ Réfléchir aux activités du festival

Trucs à pas oublier :

s'adresser à des clients

mettre en forme comme l'année dernière

pas mélanger avec les moyens

catégoriser visibilité rs nombre de visiteurs

regrouper par cible ? faire référence à eux avant ex "comme vous l'avez fait en 98"

objectif > faire venir plus de gens au festival de base, faire le lien entre les deux festivals

bien justifier nos choix, pour comprendre là où on veut aller

lieux exacts ?

liens entre tous cible, obj, moyens ??

PROGRAMME URGENT :

- ☐ Diaporama : Emilie, Eva, Flavie, Emma
- ☐ Cibles motivations et freins : Eva et Emilie

Nom d'agence : Esprit 360

Nom du festival : Street Art Kidz

Justification changement de nom : Nous avons simplifié le nom "Street Art Fest Jeunes Talents" en "Street Art Kidz" pour le rendre plus court, percutant et facilement mémorisable. Ce nouveau nom cible clairement les enfants et familles, tout en restant cohérent avec le "Street Art Fest" avec sa *structure* en trois mots. "Kidz" met en avant l'aspect ludique et accessible.

Les rôles dans l'agence :

Emma : Cheffe de projet

Flavie : Chargée de communication

Emilie : Community manager, photographie

Eva : Chargée de projet événementiel

Ethan : Chargé des relations de presse & partenariats

Bastien : Directeur artistique

→ [À propos | Street Art Fest Grenoble-Alpes](#)

- **Audit** (une bonne collaboration commence par une bonne connaissance du commanditaire et de son marché)

Analyse globale du festival :

Le Street Art Fest est le plus grand festival de street art d'Europe, une expérience immersive qui célèbre la diversité culturelle, l'expression des idées, et la beauté de l'art urbain.

En 2024, le festival fête ses 10 ans, marquant une décennie de rendez-vous annuels dédiés à l'art urbain sous toutes ses formes : concerts, expositions, visites guidées, ateliers, street art runs, et bien plus encore.

Organisé par l'association Spacejunk Grenoble depuis 2015, le festival a permis de valoriser la métropole grenobloise grâce à la création de plus de 400 fresques disséminées dans toute la région.

Deux objectifs majeurs animent l'événement :

- Rendre accessible à tous la réalisation d'œuvres artistiques.
- Sensibiliser différents publics à une discipline en pleine expansion.

Le festival s'appuie sur un solide réseau de partenaires, incluant la ville de Grenoble, Grenoble Alpes Métropole, et de nombreux sponsors privés, qui représentent plus de 70 % du financement total.

Parmi les moments forts : le dévoilement de fresques, véritable signature de l'événement.

Enfin, les valeurs du festival reposent sur la pédagogie et la transmission, offrant aux participants une immersion unique dans l'univers de l'art urbain.

Quelques chiffres :

- Le festival se déroule sur 5 semaines de festival. (24 mai au 30 juin 2024)
- 9 villes participantes : Grenoble, La Tronche, Saint-Martin d'Hères, Pont-de-Claix, Meylan, Seyssinet-Pariset, Vizille, Saint-Egrève et Champ-sur-Drac
- Plus De 50 Partenaires (institutionnels et privés)m

SWOT :

- Forces :
 - Festival de renommée mondiale
 - Festival culturel et local
 - Œuvres permanentes
 - Nombreux partenariats : Ville de Grenoble, TéléGrenoble Isère, Grenoble Alpes Métropole, Neyrpic, Posca, Maison des Associations, RadiosCom, Street Art Lyon
 - Accessibilité : une partie du festival en plein air
 - Gratuité
- Faiblesses :
 - Manque de fonds (baisse de subvention de la Métropole et la Ville de Grenoble)
 - Budget conséquent (environ 500 000 euros)
 - Manque de public
 - Manque de communication sur les réseaux sociaux
- Opportunités :
 - Croissance du tourisme culturel en Isère
 - Collaborations avec d'autres festivals
 - Croissance de la popularité du street art
- Menaces :
 - Forte concurrence ([Le lien](#))
 - Les conditions climatiques

- Partenariats qui peuvent s'arrêter à cause du contexte économique

Analyse moyens médias, hors-médias :

Le festival Street Art Fest Grenoble-Alpes utilise différents moyens de communication média et hors média pour promouvoir l'événement.

Concernant les moyens médias, plusieurs articles web traitent du festival, le présentant sous différents angles. Des médias, comme France 3 Auvergne-Rhône-Alpes, Actu.fr, Le Petit Bulletin, Urbanités, et Street Art Addict, *offrent des couvertures détaillées* sur le festival, avec des informations sur les artistes, les dates, et les œuvres à découvrir. Ces articles permettent d'assurer la notoriété du festival avant, pendant, et après l'événement. Par exemple, France 3 met en avant l'importance du festival à l'échelle mondiale, tandis que des sites comme Urbanités analysent les enjeux territoriaux et sociaux du street art à travers le festival.

En complément, des émissions radio comme France Bleu et Radio Campus relaient des informations sur le festival, permettant de toucher une audience locale. À la télévision, TéléGrenoble a proposé plusieurs émissions spéciales sur le Street Art Fest.

Le site du Street Art Fest Grenoble-Alpes propose une présentation complète du festival, incluant la programmation, les lieux et dates des événements, ainsi que les artistes, bénévoles et partenaires impliqués dans l'édition actuelle. Il offre une carte interactive des fresques, permettant aux visiteurs de découvrir les œuvres réalisées au fil des années. Le site met également en avant les diverses activités proposées, telles que les visites guidées, les ateliers créatifs, et les Street Art Runs. Des archives sont disponibles, incluant les œuvres des éditions passées (de 2015 à 2024), ainsi que des présentations des artistes et des vidéos de réalisation d'œuvres. Enfin, des informations pratiques sont fournies pour aider les participants à planifier leur visite.

Le site Grenoble Alpes Tourisme présente le Street Art Fest en détaillant les dates et les activités du festival, tout en offrant des photos des fresques réalisées lors des précédentes éditions. Il propose également une carte interactive permettant aux visiteurs de localiser les fresques et d'explorer les parcours artistiques à travers la ville et la métropole.

Le Street Art Fest Grenoble-Alpes est présent sur 5 réseaux sociaux. Sur Facebook, des informations importantes sont partagées, telles que les annonces de dates, des aftermovies, ainsi que des photos et vidéos des œuvres. Sur Instagram, des images des fresques, des bénévoles et des artistes en pleine création sont publiées, accompagnées de Réels teaser du festival, ainsi que des annonces d'événements comme les vernissages et expositions, avec toutes les informations pratiques (date, lieu). TikTok est utilisé pour publier des photos des œuvres avec leur localisation et des vidéos des artistes en action, montrant l'évolution des créations. Sur YouTube, le festival propose des podcasts, de courtes interviews de participants, des teasers pour les prochaines éditions, ainsi que des aftermovies des éditions passées. Enfin, sur LinkedIn, des retours en images des coulisses sont partagés, ainsi que des rappels des événements à venir.

En ce qui concerne les moyens hors médias, le site du festival propose une newsletter qui permet de transmettre des informations exclusives, telles que la programmation, les événements à venir, les artistes participants et des offres spéciales, directement aux abonnés.

Tous ces moyens permettent au Street Art Fest de se développer et d'atteindre une large audience, tout en mettant en valeur la richesse du street art et son impact sur la région.

Relations presse :

- Dossier de presse: dossier en libre d'accès SAFGA avec des statistiques de l'édition précédente, les ressources d'identité graphique et une version numérique des œuvres pour la communication de l'association avec un moyen de contacter le responsable presse de l'association.

Partenariat :

- Apport de fond et notoriété

les oeuvres d'art :

- Présence de publicité pour le festival via les oeuvre d'art

Médias :

(Affichage publique)

Analyse du marché du street art et concurrents :

<https://www.parten.art/blog/street-art-nouvelle-tendance-du-marche-de-lart>

<https://mural-studio.fr/blog/festivals-street-art-en-2024/>

<https://www.deodato.fr/fr/blog/post/street-art-un-marche-en-pleine-expansion>

- Le street art, autrefois considéré comme une forme d'expression marginale et éphémère, a connu une évolution remarquable, intégrant désormais le marché artistique traditionnel.
- Croissance rapide
- Le street art a commencé comme un moyen d'expression dans les espaces urbains, souvent perçu comme un acte de rébellion. Cependant, au fil des années, il a gagné en reconnaissance et est devenu une forme d'art légitime, accueillie dans les galeries et les maisons de vente aux enchères.

- Le nombre de festivals de street art augmente en France, avec l'apparition de nouveaux événements urbains. D'autres fêtent leur décennie d'existence, et consolident leur implantation.
- Depuis ses débuts dans les années 1960 et 1970 jusqu'à aujourd'hui, ses prix n'ont cessé d'augmenter et il occupe désormais la première place sur le marché de l'art.

Liste meilleurs festival de street art du monde :

- Festival Nuart | Stavanger (Norvège) et Aberdeen (Écosse)
- Upfest | Bristol (Angleterre)
- Wynwood Walls | Miami (États-Unis)
- Festival MURAL | Montréal (Canada)
- Street Art Fest | Grenoble (France)
- Vision Art Festival | Crans-Montana (Switzerland)
- The Crystal Ship | Ostende (Belgique)
- Brisbane Street Art Festival (BSAF) | Brisbane (Australie)
- CVTà Street Fest | Civitacampomarano (Italie)
- International Public Art Festival (IPAF) | Cape Town (Afrique du Sud)

Programme Street Art Kidz

→ rajouter lieux et dates exacts des activités ?

Les ateliers proposés dans le cadre du festival sont pensés pour éveiller la curiosité des enfants tout en les initiant à l'art urbain et à ses valeurs.

1. Atelier de graffiti sur toile

Les enfants découvrent les bases du graffiti en utilisant des pochoirs et des sprays, sous la supervision d'artistes professionnels. Une initiation artistique pour éveiller leur créativité et leur donner un premier contact avec l'univers du street art. Les pochoirs seront inspirés de thèmes locaux (montagnes, faune régionale) pour connecter l'art au territoire.

- **Lieux :**
 - **Grenoble :** Jardin de Ville
 - **La Tronche :** Place de l'Hôtel de Ville
- **Horaires :** du mercredi au dimanche de 10h – 12h et 14h – 16h

L'atelier de graffiti sur toile est conçu pour initier les enfants au street art dans un cadre ludique et sécurisé. Encadrés par des artistes professionnels, les enfants apprennent à manier des sprays et à utiliser des pochoirs, ce qui rend l'activité accessible à tous, même aux débutants. Les pochoirs, inspirés de la culture locale (montagnes, animaux emblématiques), permettent de créer des œuvres uniques connectées à leur environnement. Chaque participant repart avec sa toile, fièrement signée de son premier graffiti.

2. Live painting

Un moment enrichissant où les enfants assistent en direct à la création d'une œuvre de street art. Les artistes expliquent non seulement leur technique, mais aussi les enjeux et le rôle de l'art dans la région, afin de sensibiliser les enfants à l'impact de l'art urbain sur leur environnement. Les enfants peuvent poser des questions pour mieux comprendre l'histoire derrière les créations.

- **Lieux** : change selon l'œuvre et l'artiste
- **Horaires** : Tous les samedis et dimanches, de 13h à 15h

3. Street art de personnages animés

- **Lieux** :
 - Maison des Associations (Grenoble)
 - Médiathèque de Saint-Martin d'Hères
- **Horaires** : Tous les mercredis, samedis et dimanches de 13h à 17h

Les enfants participent à la création d'illustrations inspirées de personnages de dessins animés qu'ils adorent. Les contours des personnages, dessinés par des artistes professionnels, sont entourés de bandes pour guider les enfants, qui les colorent ensuite à la bombe de peinture. Ce thème initiera les enfants à l'art en s'appuyant sur l'un de leurs centres d'intérêt, offrant ainsi une approche à la fois éducative et .

Ces fresques sont réalisées sur des murs temporaires, mais cette activité est également proposée en ateliers vendus aux écoles, où les créations seront réalisées sur les murs des établissements scolaires.

4. Défis entre familles

Dans cette activité interactive, enfants et parents forment des équipes pour relever des défis créatifs express. Chaque équipe dispose d'un temps limité pour accomplir des tâches artistiques amusantes et originales, mettant à l'épreuve leur imagination et leur esprit d'équipe.

Exemples de défis :

1. **Dessiner un élément en 2 minutes** :

Chaque équipe tire un thème au hasard (ex. : « un dragon », « une maison magique », « un animal rigolo ») et doit le dessiner dans un laps de temps très court. Les créations sont ensuite exposées sur un tableau pour vote collectif.

chacun ajoute son grain de sel

- **Stratégie de communication**

- Brief global

→ à modifier à la fin, quand on aura toutes les données des autres parties

Street art fest est un festival de renommée mondiale. Depuis 10 ans, chaque année, le festival se déroule sur 5 semaines, dans lesquelles les participants créent des œuvres de street art dans les villes participantes. Cette année, la décision de créer un nouveau festival dans le même genre pour les enfants nous a amené à avoir quelques attendus comme :

- Rendre le festival encore plus attrayant **par des biais plus concrets.**
- Un festival ouvert à tous les enfants, avec leurs parents qui sont également les bienvenus.
- Favoriser l'élan pour l'art et par cet engouement augmenter le nombre de prestation et atelier vendu au écoles.

Nous cherchons donc à appeler la curiosité des enfants de 6 à 12 ans, à leurs parents et les écoles primaires et les premières classe du collège. Jusqu'à maintenant, le festival était relayé via différents média comme les réseaux sociaux, la presse, l'affichage publique, les œuvres d'art en elles-mêmes et le partenariat.

Suite à votre dernier festival, nous avons pu nous renseigner sur vos différentes demandes. Dans un premier temps, nous pensons qu'il serait intéressant de développer votre présence sur vos réseaux sociaux car ils font l'objet d'un potentiel pour l'instant peu exploité. **car c'est une opportunité que vous utiliser de manière incomplète, lors de votre festival ou très peu de temps avant vos vues et réactions sur tous vos réseaux sociaux sont haut malheureusement c'est en dehors de cette période que vous perdez des moyens de communiquer avec vos cibles qui peuvent se trouver en dehors de grenoble.**

Vous exploitez cette opportunité de manière partielle, avant et pendant le festival, l'engagement sur vos réseaux sociaux est important et prouve la présence active d'une communauté. Toutefois, en dehors de cette période, vous manquez des occasions précieuses de communiquer efficacement avec votre audience, notamment auprès de cibles situées en dehors de Grenoble.

Concernant votre public, un très grand nombre utilise régulièrement les réseaux sociaux. C'est pourquoi, nous proposons de réaliser davantage de publications sur Instagram de façon régulière, afin d'adopter une démarche plus attractive.

Nous voulons également toucher l'entourage de ce public, notamment leurs familles à travers d'autres réseaux sociaux comme Facebook ou via la presse locale. Nous proposons des partenariats avec différentes écoles et collèges afin de faire connaître le festival, et permettre aux enfants de pouvoir développer et stimuler leur créativité,

Tout ce que nous vous avons transmis concerne des actions antérieure au festival, durant celui-ci nous trouvons que votre communications et suffisant, nous vous conseillons d'améliorer l'engagement et la participations des cibles en utilisant des choses auxquelles ils sont familier et peuvent se rattacher notamment des dessins animés populaire ainsi que

certaines personnages de jeu. Nous souhaitons que les différentes cibles soient satisfaites et gardent de bons souvenirs de cette expérience.

○ Objectifs quantifiés et chiffrés

Objectifs principaux :

- Faire connaître le Street Art Kidz
- Faire venir les enfants et leurs parents et augmenter les prestations scolaires
- Démocratiser le Street Art et initier les générations futures à l'Art
- Attirer un public plus large et diversifié au festival principal "Street Art Fest"

Pour cela :

Avant le festival :

- Atteindre 25 000 vues cumulées sur tous les réseaux sociaux pour faire connaître le Street Art Kidz.
- Apparaître dans au moins 5 articles de presse pour accroître la visibilité de l'événement.
- Vendre 20 ateliers scolaires aux écoles locales pour encourager leur participation lors du festival.

Pendant le festival :

- Attirer 1 000 enfants et leurs familles au festival grâce aux moyens média et hors média mis en place avant le festival.
- Organiser 10 activités ludiques pour les enfants afin de rendre l'art accessible et engageant.

Après le festival :

- Obtenir un taux de satisfaction de 70 % des participants, mesuré par un sondage sur les réseaux sociaux, afin d'évaluer l'impact et l'adhésion au festival.
- Apparaître dans au moins 5 articles de presse pour faire le bilan et revenir sur son succès afin de donner envie au public de revenir pour la prochaine édition

○ Étude des cibles (principale, secondaires) : définition, freins et motivations...

La cible principale : Notre cible principale concerne les enfants âgés de 6 à 12 ans, habitant dans la ville de Grenoble et ses alentours. Ce groupe englobe des enfants en école primaire et de jeunes collégiens jusqu'à la classe de cinquième environ, un âge où la découverte de nouvelles formes d'expression artistique peut être particulièrement marquante. Ce public est visé par notre festival car il y a des bénéfices créatifs et ludiques grâce à cet événement pour des enfants en plein apprentissage.

Notre cœur de cible : Les enfants curieux et créatifs avec une fibre artistique, qui ont déjà développé un attrait et une sensibilité particulière pour tout ce qui touche au domaine de l'art. Ces enfants sont très souvent attirés par des activités ludiques, manuelles qui leur permettent de développer leurs habiletés artistiques tout en s'amusant. Leurs parents les encouragent à participer aux ateliers créatifs que proposent des associations locales ou à faire des sorties culturelles.

Cible secondaire : ? (parents ou écoles)

Autre proposition :

cible principale : famille avec enfants

cœur de cible : enfants de 6 à 12 ans, curieux et créatifs

cible secondaire : écoles

○ **Positionnement** → comment on veut que les autres nous perçoivent

Le positionnement de notre festival repose sur plusieurs principes.

Tout d'abord, ce festival s'inscrit dans une démarche éducative, car il représente un véritable éveil artistique pour ces jeunes enfants, qui, pour la plupart, ne sont pas forcément familiers à cette pratique.

Chaque enfant pourra, au cours de ce festival ouvert à tous, laisser s'exprimer sa créativité, développer son inventivité et son imagination afin qu'il vive une première expérience artistique. Il a également pour but de sensibiliser ces enfants à l'art de manière assez globale, mais également, aux messages importants qu'il peut faire passer à travers ses œuvres.

Ce festival reflète également un élan de renouveau à travers le dynamisme de ces jeunes artistes en devenir, ce festival .

événement familial, éducatif et ludique

Valeurs :

Éducatif et ludique : Le festival est une expérience d'apprentissage par le jeu, où les enfants développent leur créativité tout en abordant des thématiques importantes de manière amusante.

Engagé : Le festival met en lumière l'impact social et environnemental de l'art urbain, sensibilisant le public aux enjeux de la société moderne.

Inclusif et accessible : Le festival vise à rendre l'art urbain compréhensible et abordable pour tous.

Création et partage : Le festival véhicule des notions humaines importantes comme le partage et il valorise également la création de manière générale, à travers l'art urbain.

● **Copy strategy / briefing de création dont axes de Direction Artistique**

Promesse : Créer un festival qui favorise l'apprentissage, le partage et la découverte, accessible à tous, qui rend l'art urbain ludique, permettant aux enfants de s'initier au street art tout en découvrant ses enjeux et son rôle important dans la région.

Preuve :

Le "Street art Fest" possède une renommée mondiale, car il est le plus grand festival de Street Art d'Europe. Il est animé par des artistes reconnus, experts dans leur domaine, capables de transmettre leurs savoirs et d'offrir aux enfants une expérience d'apprentissage enrichissante. Le festival s'appuie sur des partenariats de qualité avec des acteurs professionnels du milieu, assurant ainsi une organisation réussie.

Bénéfice :

- Une occasion pour les familles de passer un moment éducatif et divertissant ensemble, tout en soutenant le talent des jeunes artistes locaux.
- Pour les enfants, une initiation à l'art urbain qui résonne avec leurs centres d'intérêts et les engage dans une réflexion sur les enjeux de société. Cela permet le développement de la créativité dès le plus jeune âge.
- Pour les écoles, une offre pédagogique innovante qui permet aux élèves de découvrir l'art de manière interactive, en lien avec le territoire.

Ton du message :

- Inclusif : pour rendre le street art accessible à tous, encourager chacun à participer.
- Éducatif et ludique : adapté aux enfants, valorisant l'apprentissage par le jeu.
- Engagé : transmettant les valeurs et le potentiel de transformation de l'art dans notre société.

Message résiduel : Le Street Art Kidz, un festival d'art urbain qui rassemble les générations autour d'une vision inclusive, éducative et ludique du street art, préparant les enfants d'aujourd'hui à devenir les ambassadeurs de l'art et de la culture de demain.

- **Stratégie des moyens**

→ les développer et préciser qui présente quoi genre le jeu, les activités
dire qui ça cible

- Présentation des moyens médias et hors-médias

Avant :

- **Campagne sur les réseaux sociaux** (Facebook, Instagram) : concours pour gagner du matériel artistique, présentation du festival (artistes et activités)

- **Ateliers scolaires** : Collaboration avec les écoles locales pour organiser des ateliers créatifs en amont du festival.

L'idée des ateliers scolaires consiste à organiser des activités créatives en partenariat avec les écoles locales avant le festival. Ces ateliers permettent aux élèves de découvrir des pratiques artistiques similaires à celles proposées lors du festival, tout en leur offrant une opportunité de s'exprimer. Cela suscite l'intérêt des familles et leur donne un avant-goût des activités à venir, créant ainsi une anticipation et un engagement plus forts pour l'événement.

- **Affichage urbain avec QR codes** dans les lieux fréquentés par les familles, par exemple aux arrêts de transports et devant les écoles

Certaines affiches présentent le festival de manière générale, avec des informations clés sur les dates et les activités. Certaines affiches sont dédiées à une activité spécifique, avec un QR code permettant aux passants d'accéder directement au site du festival pour obtenir plus d'informations et s'inscrire.

- **Articles sponsorisés dans la presse locale** qui présentent les différentes activités proposées par le festival (décrire lesquels)
- **Publicité dans les cinémas locaux** (Pathé Echirolles et Pathé Grenoble) avant des films familiaux

Vidéos des activités du festival, telles que des ateliers créatifs, des performances d'art urbain, et des événements pour enfants. Elle présente de manière engageante l'expérience immersive du festival, avec des détails visuels qui suscitent l'intérêt des familles, et incite à la participation.

Pendant :

- Campagne sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) : posts, vidéos, stories, réel pour montrer les activités réalisées durant le festival
- Distribution de flyers : écoles locales, bibliothèques, office du tourisme et commerces fréquentés par les familles.
- Collaboration avec des médias locaux et spécialisés dans la culture et l'éducation pour promouvoir le festival (sites locaux : Gremag, office de tourisme, plateformes de loisirs pour familles)

Après :

- Campagne sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) : Sondages pour recueillir des retours, satisfaction et publication de l'aftermovie pour montrer les temps forts du festival.
- Articles sponsorisés : Bilan du festival, récapitulant le succès, la participation et l'impact culturel du festival. (décrire lesquels)

○ Calendrier prévisionnel de leur mise en œuvre

Organiser le Street Art Kidz en parallèle du Street Art Fest pour permettre aux parents accompagnant leurs enfants de découvrir l'univers du street art, tout en les incitant à participer eux-mêmes au festival principal, augmentant ainsi sa fréquentation.

- Budget prévisionnel détaillé : coûts d'impression, de routage, de création-conception, de prestations de services extérieures (intervenants, sous-traitance...), d'achat d'espace...

“Le budget annuel de l'évènement est de 500 000 euros. Dans le cadre de l'organisation du festival, Space Junk reçoit chaque année des subventions de la part, entre autres, de la Métropole Grenoble Alpes et de la Ville de Grenoble.

Pour l'édition 2024, l'association a ainsi perçu 10 000 euros de la Métropole, contre 50 000 euros les années précédentes. L'aide de la Ville s'élève pour l'instant à 25 000 euros.” → <https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/isere/grenoble/je-ne-suis-pas-sur-qu-il-ait-lieu-l-annee-prochaine-pourquoi-l-avenir-du-street-art-fest-grenoble-est-menace-2975336.html>

Budget prévisionnel

⚠⚠⚠ PRIX À VÉRIFIER ⚠⚠⚠ +justifier par rapport aux éditions précédentes, l'année dernière échec

1. Coûts d'impression

- Affiches et flyers (impression en grand format et distribution) : 2 000 €
- Programmes et brochures (présentation détaillée du festival, des ateliers, etc.) : 1 000 €
- Total coûts d'impression : 3 000 €

2. Coûts de routage

- Envoi de flyers et brochures aux écoles et familles locales : 500 €
- Affichage urbain (impression et pose dans les lieux stratégiques) : 1 500 €
- Total coûts de routage : 2 000 €

3. Coûts de création et conception

- Conception visuelle des supports de communication (graphisme, design des visuels) : 1 500 €
- Création de vidéos promotionnelles pour les réseaux sociaux (contenu visuel et montage) : 2 000 €
- Total création et conception : 3 500 €

4. Prestations de services extérieures

- Artistes intervenants pour les ateliers (street art, graffiti, etc.) : 10 000 €
- Intervenants pour la session "Pose-moi une question" (street artists, animateurs) : 2 500 €
- Location de matériel pour les ateliers (sprays, toiles, matériel recyclé) : 2 000 €
- Sous-traitance (accueil, gestion des bénévoles, sécurité) : 3 000 €
- Total prestations de services extérieures : 17 500 €

5. Coûts d'achat d'espace

- Publicité dans les cinémas locaux (Pathé Echirolles et Pathé Grenoble) : 1 000 €
- Publicité en ligne (campagnes Facebook et Instagram) : 1 500 €
- Articles sponsorisés dans la presse locale : 2 000 €
- Total achat d'espace : 4 500 €

Total prévisionnel :

30 000 €

liens utiles :

- site web: <https://www.streetartfest.org/>
- instagram : <https://www.instagram.com/grenoblestreetartfest/?hl=fr>
- tiktok : [grenoblestreetartfest \(@grenoblestreetartfest\) | TikTok](#)
- facebook : <https://www.facebook.com/grenoblestreetartfest>
- youtube : <https://www.youtube.com/@StreetArtFestGrenobleAlpes>
- Linkedin : [\(10\) Spacejunk Grenoble | Street Art Fest Grenoble - Alpes : Présentation | LinkedIn](#)
- x (twitter) : pas de compte sur le réseau social X
- Dropbox : [le liens](#)
- Bilan 2023: https://www.streetartfest.org/wp-content/uploads/2024/03/BILAN_SAFGA_2023.pdf

Questions :

- Articles sponsorisés ? on les paye pour parler de nous ou pas ?
- Budget de tout ou que de la com ?

Autre (idées, objectifs de base) :

Objectifs généraux et idées de moyens :

- faire connaître le Street Art Kidz et en assurer le succès

- rendre le festival encore plus attrayant pas des biais plus concret
- **faire venir les enfants et donc leurs parents**
- favoriser l'élan pour l'Art et, par cet engouement, augmenter le nombre de prestations et ateliers vendus aux écoles
- rendre le festival plus innovant, précurseur, inclusif
- démocratiser le Street Art pour que nos jeunes talents soient nos ambassadeurs.
- initier les générations de demain à l'Art en leur faisant comprendre sa vision engagée mais aussi son rôle dans notre territoire
- Montrer que l'art rapproche les familles et enfants
- QR code dans la rue à côté d'oeuvres de street art qui donne des infos et incite à venir au festival
- Proposer des goodies pour les participants (ou pour tout le monde?) : tee-shirt, des pins, casquette, porte-clés, posters...
-
-
-
-
-
-
-
-

La charte graphique :

Nous avons choisi de représenter ce festival à travers 3 couleurs phares : du bleu foncé (#0a2d60), du bleu clair (#1ee5fa) ainsi que du rouge (#ec134b), qui sont présents tout au long de notre présentation. Nous avons choisi ces couleurs car ce sont des couleurs vives, attrayantes, joyeuses qui font écho à l'enfance

Nous avons également déterminé 2 polices d'écritures adaptées afin d'être dans l'esprit du street art et

"Gulfs Display" pour les titres importants, car c'est une typo très épaisse qui permet de mettre en valeur les idées fortes, et la forme ondulante des lettres reflète l'énergie et la créativité du street art.

Pour les paragraphes nous avons choisi "Agrandir", une police plus simple et moderne que celle des titres, plus lisible et accessible grâce aux arrondis des lettres.

1. Défis entre familles

L'une des activités phare que nous proposons est un défi artistique en famille ! Le principe est simple : chaque famille, en équipe, dispose d'un temps limité pour réaliser une illustration sur un thème imposé, à l'aide de bombes de peinture et de pochoirs. À la fin du défi, un artiste professionnel découvre les œuvres et désigne la famille gagnante, qui repartira avec un prix. Cette activité se déroulera au parc de la Poya tous les samedis et dimanches.

2. Street art de personnages animés

Dans ce deuxième atelier organisé tous les mercredis, les enfants participent à la création d'illustrations inspirées de personnages de dessins animés qu'ils adorent ! Les contours des personnages, dessinés par des artistes professionnels, sont entourés de bandes pour guider les enfants, qui les colorent ensuite à la bombe de peinture. Cela initiera les enfants à l'art en s'appuyant sur l'un de leurs centres d'intérêt, offrant ainsi une approche à la fois éducative et amusante. Ces fresques sont réalisées sur des murs temporaires, mais cette activité est également proposée en ateliers vendus aux écoles, où les créations seront réalisées sur les murs des établissements scolaires.

Diapo 7 :

3. Activité de graffiti sur toile

Une autre activité que nous proposons, est une initiation au graffiti sur toile au jardin de ville à Grenoble et Place de l'hôtel de ville à La Tronche. Les enfants auront l'occasion de découvrir les bases de cette discipline en utilisant des pochoirs et des sprays, le tout encadré par des artistes professionnels. L'idée, c'est de leur offrir une expérience ludique qui éveille leur créativité tout en leur donnant un premier contact avec l'univers du street art. Pour renforcer le lien avec le territoire, les pochoirs seront inspirés de thèmes locaux, comme les montagnes ou la faune régionale. Cette activité sera proposée mercredi, samedi et dimanche tout au long du festival.

4. Live painting

La dernière activité que nous proposons consistera en une démonstration en direct de création d'une œuvre de street art. Les artistes professionnels expliqueront leurs techniques et aborderont les enjeux liés à l'art urbain, ainsi que son rôle au sein de la région. Ce moment vise à sensibiliser les enfants à l'impact de cet art sur leur environnement. Ils auront l'opportunité d'échanger directement avec les artistes, en posant des questions pour mieux comprendre chaque fresque. Cette activité sera proposée tous les samedis pendant le festival.

set:nAErvAg9As

