



STREET ART KIDZ

2025

Agence
Esprit 360

Sommaire

Audit	1
Stratégie de communication	6
Stratégie des moyens	14
Calendrier prévisionnel	18
Budget prévisionnel	20
Conclusion	23
Sources	24

1. Audit

Analyse globale du festival

Le **Street Art Fest** est l'un des plus grands festivals de street art en **Europe**. Chaque année, il transforme **Grenoble** en proposant 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, on retrouve : 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.



Les chiffres clés



5
semaines



9
villes



50
partenaires

SWOT

S

- Festival de renommée mondiale
- Festival culturel et local
- Œuvres permanentes
- Nombreux partenariats
- Accessibilité : une partie du festival en plein air
- Gratuité

W

- Manque de fonds (baisse de subvention de la Métropole et la Ville de Grenoble)
- Budget conséquent (environ 500 000 euros)
- Manque de public

O

- Croissance du tourisme culturel en Isère
- Collaborations avec d'autres festivals
- Croissance de la popularité du street art

T

- Forte concurrence
- Conditions climatiques
- Partenariats qui peuvent s'arrêter à cause du contexte économique

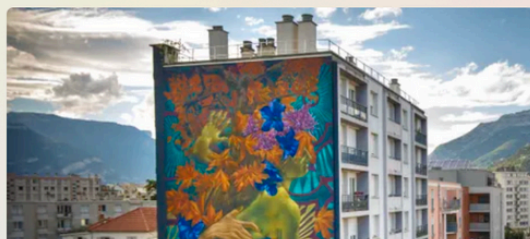
Analyse moyens médias, hors-médias :

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

3 auvergne
rhône-alpes

Accueil > Auvergne-Rhône-Alpes > Isère > Grenoble

Ce qu'il faut savoir sur le Street Art Fest 2023, l'un des plus grands festivals de street art dans le monde



Concernant les **moyens médias**, plusieurs **articles web** traitent du festival, tels que **France 3 Auvergne-Rhône-Alpes**, **Actu.fr**, et **Le Petit Bulletin**. Ils mettent en avant les artistes, les dates et les œuvres. Ces articles renforcent la notoriété de l'événement, **France 3** met notamment en avant son impact mondial, tandis que le site **Urbanités** analyse plutôt les dimensions sociales et territoriales du street art du 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** présente la **programmation**, les lieux, les artistes et les partenaires. Une **carte interactive** permet de découvrir les fresques créées au fil des années, et des archives retracent les éditions passées. Les **activités** proposées, comme les ateliers et visites guidées, sont détaillées, avec des informations pratiques pour aider les visiteurs à **organiser 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.

PROGRAMMATION CULTURELLE



VERNISSAGE

Exposition Collective Street Art Fest
24 mai à partir de 18h30

 Ancien Musée de Peinture - 9 Place Verdun, 38000 Grenoble

INAUGURATION



Le Street Art Fest Grenoble-Alpes est présent sur **5 réseaux sociaux**. Sur **Facebook**, les annonces des dates, des aftermovies, ainsi que des photos et vidéos des œuvres sont partagées.

Sur **Instagram**, des images des fresques, des bénévoles et des artistes en pleine création sont publiées, accompagnées de Réels teasers du festival, ainsi que des annonces d'événements comme les vernissages et expositions.



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 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.

Analyse du marché du street art et ses concurrents :

Le marché du street art s'est fortement **développé** ces dernières années. Des artistes comme **Banksy**, **Shepard Fairey** ou encore Kaws sont devenus des figures **majeures**, et leurs œuvres se vendent à des prix très élevés.



Le street art, autrefois perçu comme un moyen **d'expression marginal** et éphémère, a connu une **transformation** majeure, devenant une forme d'art **légitime**. Originellement associé à des actes de **rébellion** dans l'espace urbain, il est aujourd'hui **reconnu** dans les galeries et maisons de vente aux enchères. Le marché du street art connaît une **croissance** rapide. De nombreux **festivals** de street art voient le jour en France, consolidant sa reconnaissance.

Parmi les festivals de street art les plus célèbres dans le monde, on trouve le **Nuart Festival** en Norvège et **Wynwood Walls** à Miami, qui attirent des artistes renommés. Le Street Art Fest Grenoble-Alpes est également reconnu à **l'international**. En France, des événements comme **Can'Art** et **K-Live** contribuent à la promotion de cet art en mettant en avant des talents locaux et internationaux, et en offrant une plateforme **d'expression** pour les œuvres urbaines.



Nuart Festival - Norvège



Wynwood Walls - Miami



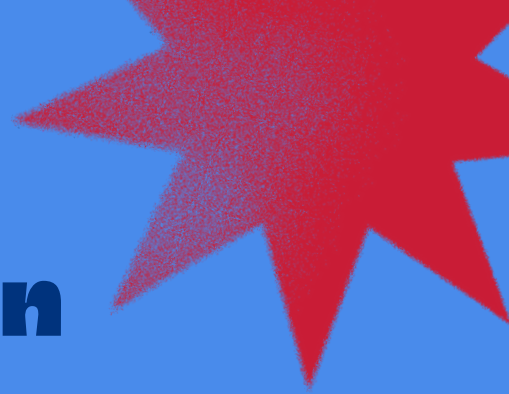
Can'Art - France



K-Live - France



Stratégie de communication



Brief global

Depuis sa première édition en **2015**, le Street Art Fest a su imposer le street art comme un vecteur de **créativité** et **d'expression artistique** dans la région **grenobloise**, avec plus de **400 fresques** réalisées. Fort du succès de ses 10 premières éditions, cet événement est devenu un **rendez-vous** incontournable, attirant une large audience de passionnés, d'artistes et de curieux. Aujourd'hui, un **nouveau défi** se présente : aller au-delà de l'événement principal pour toucher un **public familial** et particulièrement les **jeunes générations**, grâce à un événement consacré aux **jeunes talents**.

Pour cela, notre ambition est de faire du street art un **vecteur d'apprentissage**, **d'engagement familial** et **d'ouverture culturelle**, tout en renforçant l'attractivité du festival. Il s'agit d'offrir une expérience artistique **éducative**, **accessible** et **innovante**, qui séduira les enfants, les parents et les écoles.

C'est dans cette dynamique que s'inscrit le Street Art Kidz, un événement dédié aux **enfants** et à leurs **familles**, visant à **démocratiser** le street art tout en offrant un cadre **ludique** et **éducatif**. Le projet se veut un complément du Street Art Fest, permettant ainsi de renforcer **l'attractivité** de l'événement tout en **élargissant** son impact à un public plus **jeune**, **curieux** et **ouvert** à l'art.

Le nom a été repensé pour le rendre plus court, **percutant** et facilement **mémorisable**. Ainsi, le "Street Art Fest Jeunes Talents" devient "**Street Art Kidz**". Ce nouveau nom conserve la cohérence avec le "Street Art Fest" et sa structure en trois mots, tout en mettant en avant l'aspect **ludique** et le public ciblé grâce au terme "**Kidz**".

Prévu du **24 mai au 30 juin 2025**, pendant la période du Street Art Fest, cet événement se déroulera les **mercredis**,

samedis et **dimanches** dans des lieux accessibles à **Grenoble** et ses alentours. À travers des ateliers ludiques et interactifs, il favorise l'apprentissage, le partage et la découverte artistique. Ce festival vise à démocratiser le street art, à éveiller la curiosité des jeunes générations, et à renforcer les liens avec les **écoles locales**. Accessible à tous, il montre comment l'art urbain peut jouer un **rôle essentiel** dans notre **région**.

Programmation du festival Street Art Kidz

Le festival Street Art Kidz dévoile une **programmation variée**, composée de **quatre activités gratuites** créatives, spécialement conçues et élaborées pour les familles avec enfants. Ces activités et ateliers immersifs visent à **initier** les jeunes participants et leurs parents à l'univers du street art, tout en mettant l'accent sur l'aspect ludique et éducatif de l'événement. En mêlant **apprentissage**, **créativité** et **amusement**, ces activités permettent aux participants de découvrir cet art urbain sous un aspect ludique et pédagogique, tout en partageant des moments de **complicité** et de **découverte en famille**. En termes d'organisation, il sera nécessaire de mobiliser davantage de **bénévoles** que lors des éditions précédentes, car ils devront gérer les deux festivals simultanément.



Défis entre familles

Temps limité pour réaliser une illustration sur un thème imposé

L'une des activités phare du Street Art Kidz 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. Le prix comprend un **kit** de street art, comprenant des pochoirs, des bombes de peinture, des pinceaux et des toiles, permettant aux gagnants de **recréer** leurs **œuvres** à la **maison**. L'activité se déroule tous les **samedis** et **dimanches** de **14h à 16h** au **parc** de la **Poya** à Fontaine, facilement accessible en tramway.

Dans cet atelier organisé tous les **mercredis** 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 **colorient** ensuite à la bombe de **peinture**. Cela **initiera** les enfants à l'art en s'appuyant sur l'un de leurs **centres d'intérêt**. Ces fresques sont réalisées sur des murs temporaires disposés au **Jardin de Ville**, choisi pour son emplacement au centre-ville de Grenoble. Cette activité est également proposée en **ateliers vendus** aux **écoles**, où les créations seront réalisées sur les **murs** des établissements scolaires.



Dessins Animés

Création d'illustrations inspirées de personnages de dessins animés

3



Graffiti sur toile

Découvrir les bases de cette discipline en utilisant des pochoirs et des sprays

Une **initiation** au **graffiti** sur **toile** sera proposée **Place de l'hôtel de ville à La Tronche**, un lieu facilement accessible permettant d'étendre le rayonnement du festival au-delà de Grenoble. Les enfants auront l'occasion de **découvrir** les **bases** de cette discipline en apprenant à utiliser 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 en après-midi les **mercredis**, **samedis** et **dimanches** de **14h à 16h** tout au long du festival.

La dernière activité 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**. En s'appuyant sur les mêmes artistes que le Street Art Fest, le festival profite de leur **notoriété** et de leur **talent**, tout en créant une **continuité** entre les deux événements. 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 aura lieu tous les **samedis** à des horaires et lieux différents, en fonction de l'artiste, tout au long du festival.

4



Live painting

Démonstration en direct de création d'une œuvre de street art

Objectifs

1

Faire connaître le Street Art Kidz

2

Faire venir les enfants et leurs parents et augmenter les prestations scolaires

3

Démocratiser le Street Art et initier les générations futures à l'art

4

Attirer un public plus large et diversifié au festival principal "Street Art Fest"

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 **15 ateliers scolaires** aux écoles locales pour encourager leur participation lors du festival.

Pendant le festival :

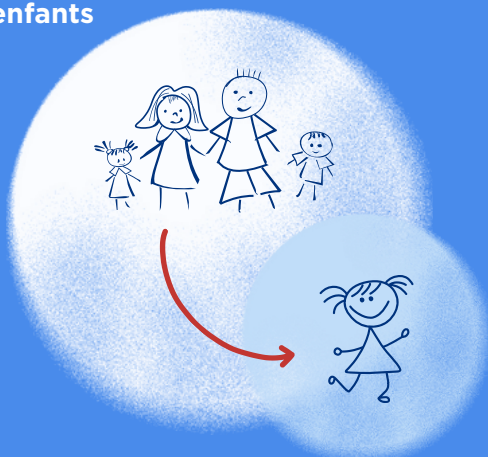
- Faire venir **500 enfants et familles** au festival grâce aux moyens média et hors-média mis en place avant le festival.
- Organiser **4 activités ludiques** différentes pour les enfants afin de rendre l'art accessible et engageant.
- Obtenir un **taux d'interaction de 40%** sur les réseaux sociaux.

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

Familles avec
enfants



Enfants curieux
de 6 à 12 ans

Le Street Art Kidz cible **principalement** les **familles** avec **enfants**, habitant dans la ville de **Grenoble** et ses alentours, avec en cœur de cible les enfants de **6 à 12 ans**, cette tranche d'âge étant particulièrement **curieuse** et **ouverte** à de nouvelles expériences.

À cet âge, les enfants sont souvent en pleine **exploration** de leur **créativité** et cherchent des moyens ludiques pour **s'exprimer**. D'un point de vue économique, les familles de classes **moyennes** et **populaires** sont visées, avec une accessibilité à des prix **abordables**.

La cible **secondaire**, les **écoles**, permet d'élargir cette approche créative en introduisant des **ateliers** éducatifs qui permettent aux enfants de découvrir et **d'explorer l'art urbain** dans un cadre scolaire et encadré, favorisant ainsi l'apprentissage tout en s'amusant.

FREINS POTENTIELS

Certains parents ou éducateurs peuvent percevoir le street art comme trop complexe ou difficile d'accès, voire même réservé à des artistes professionnels. Ce préjugé est surmonté grâce à des ateliers adaptés, conçus pour être accessibles et simples à comprendre.

MOTIVATIONS

Les familles sont motivées par l'opportunité de découvrir un art ludique et innovant. Les enfants sont encouragés à s'exprimer de manière créative tout en partageant un moment agréable en famille. Les parents, quant à eux, apprécient l'aspect éducatif et participatif de l'activité, qui permet à leurs enfants de découvrir de nouvelles formes d'expression artistique.

Positionnement

Le Street Art Kidz est un événement **familial**, **éducatif** et **ludique**, visant à éveiller la créativité des enfants de manière amusante et interactive.

Accessible à tous, il met l'accent sur l'importance de l'art urbain tout en **sensibilisant** aux enjeux **sociaux** et **environnementaux** actuels. Il permet d'aborder des thématiques importantes et de stimuler leur **imagination** de manière interactive, favorisant un **apprentissage** par le jeu.

Ce festival est **inclusif** et permet à chacun, quel que soit son niveau de connaissance en art, de s'exprimer et de **participer**. Par son approche engageante, il promeut des valeurs de **création** et de **partage**.

Enfin, le Street Art Kidz porte un message fort : l'art peut transformer notre société en sensibilisant aux grands enjeux sociaux et environnementaux, et inspirer un **véritable changement**.



Copy strategy

01 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.

02 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.

03 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**.

04 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.

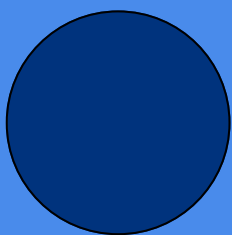
05 MESSAGE RÉSIDUEL

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**.

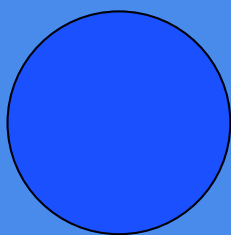
06 DIRECTION ARTISTIQUE

La charte graphique du festival utilise trois couleurs principales : un **bleu foncé**, un **bleu moyen**, un **bleu clair** et un **rouge vif**, des teintes vives et **dynamiques** qui rappellent l'univers de l'enfance et l'énergie du street art. En termes de typographie, deux polices ont été sélectionnées : "Gulfs Display" pour les titres, avec son style épais et dynamique, et "Gotham" pour les paragraphes, plus **simple** et **moderne**, avec des lettres arrondies qui favorisent la lisibilité.

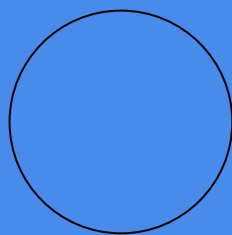
COULEURS



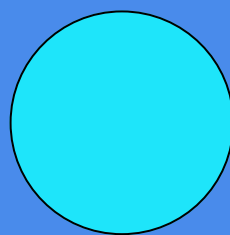
#00337d



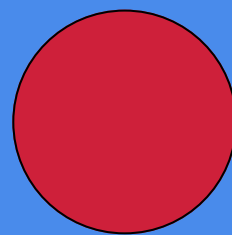
#1b50ff



#498beb



#1ee5fa



#ce203a

TYPOGRAPHIES

h1 : Gulfs Display

h2 : Gotham

Paragraphe : Gotham

3. Stratégie des moyens

AVANT LE FESTIVAL

CAMPAGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Facebook et Instagram seront les deux réseaux sociaux utilisés, car ce sont **deux plateformes très utilisées par les parents**. À travers des **concours**, les participants pourront gagner du matériel artistique, ce qui suscitera l'engagement et attirera une audience créative. Les **teasers vidéos** permettront de donner un avant-goût des activités et des artistes présents, créant ainsi de **l'anticipation** autour de l'événement.

ARTICLES SPONSORISÉS



Nous envisageons de publier des **articles sponsorisés** dans des **médias locaux** comme Isère Mag, Le **Dauphiné Libéré** et Gremag, pour mettre en avant les diverses activités du festival. Ces articles permettront de toucher un large public local, de **renforcer la notoriété** de l'événement et de susciter l'intérêt des familles, tout en détaillant les artistes, les animations et les thématiques abordées. Cela vise à faire connaître l'événement au sein de la **communauté locale** et à attirer davantage de participants.

AFFICHAGE URBAIN



Des **affiches** seront installées dans des lieux stratégiques **fréquentés par les familles**, comme les arrêts de **transport en commun** et les abords des **écoles**. Certaines affiches présentent le festival dans son ensemble avec les dates et activités clés, et d'autres mettent en avant des activités spécifiques. Chaque affiche comportera un **QR code** permettant aux passants d'accéder directement à une **page dédiée au Street Art Kidz** (sur le site du Street Art Fest) pour obtenir plus d'informations et s'inscrire, facilitant ainsi l'engagement et la **participation** des familles locales.

PUBLICITÉ DANS LES CINÉMAS



Un **teaser publicitaire** sera diffusé avant les **films familiaux** dans les cinémas des environs, comme le Pathé Échirolles et le Pathé Grenoble. Étant donné que le festival n'a pas encore eu lieu, nous proposerons une publicité sous forme de **dessin animé** avec un style de street art. Cette animation mettra en avant l'ambiance du festival à travers des **illustrations visuelles** qui représenteront les ateliers et événements pour enfants. Ce format permet de **susciter l'intérêt** des familles en leur donnant un avant-goût **immersif** de l'expérience à travers l'univers du street art.

ATELIERS SCOLAIRES



Nous organiserons au moins **15 ateliers créatifs** centrés sur des pratiques comme le graffiti et l'art local, dans des **écoles situées à Grenoble** et ses alentours. Ces ateliers permettent aux enfants de découvrir le street art et de s'exprimer de manière créative, notamment avec les activités **“Street art de personnages animés”** et **“Graffiti sur toile”**. Ils servent également à susciter l'enthousiasme et l'engagement des familles, tout en créant une anticipation autour du festival à venir. Cela permet d'introduire les activités du festival de façon **ludique et éducative**.

PENDANT LE FESTIVAL

CAMPAGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Pendant le festival, la campagne sur Instagram et Facebook mettra en avant la **diversité des activités proposées** par le festival en partageant des **posts, des vidéos et des stories**. Des photos et vidéos seront partagées pour **refléter l'ambiance** du festival, et diffuserons des **lives Instagram** pour présenter les activités en direct. Cela permettra d'engager l'audience en temps réel et de susciter l'intérêt des familles en partageant les **moments forts du festival**. Ces contenus stimuleront l'engagement et **l'enthousiasme** pour l'événement.

PARTENAIRES



La collaboration avec **Grenoble Alpes Métropole, Ville de Grenoble, et la MC2**, permet de renforcer l'impact et la **réussite** du festival, en apportant un **soutien** logistique, financier et institutionnel, tout en favorisant la **visibilité de l'événement** à travers leurs réseaux et structures.

APRÈS LE FESTIVAL

CAMPAGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Après le festival, des **sondages seront postés en story sur Instagram** pour recueillir des avis et retours des participants, afin de **mesurer la satisfaction** du public. Un **aftermovie** sera également publié sur les deux réseaux mettant en lumière les moments marquants du festival, offrant ainsi un résumé visuel pour ceux qui n'ont pas pu y assister, et incitant les participants à revenir lors des **prochaines éditions**.

ARTICLES SPONSORISÉS



Nous prévoyons **cinq demandes d'articles** dans des médias locaux comme Isère Mag, Le Dauphiné Libéré et Gremag, qui **reviendront sur le succès** du festival, sa forte participation et son impact culturel. L'objectif est de donner envie au public de **venir pour la prochaine édition** et de faire connaître l'événement à ceux qui ne le connaissent pas encore.



Calendrier prévisionnel

Le festival aura lieu du **24 mai** au **30 juin 2025**, pendant la **même période** que le Street Art Fest, mais uniquement les **mercredis**, **samedis** et **dimanches**. Ces jours-là, les familles avec enfants ont plus de **temps libre** pour participer à ces activités ensemble.

Le fait d'organiser le Street Art Kidz en **parallèle** du Street Art Fest permet aux parents **d'accompagner** leurs enfants tout en découvrant l'univers du street art. Cela pourrait également les inciter à **participer** au festival **principal**, le Street Art Fest, permettant ainsi d'augmenter sa **fréquentation**.

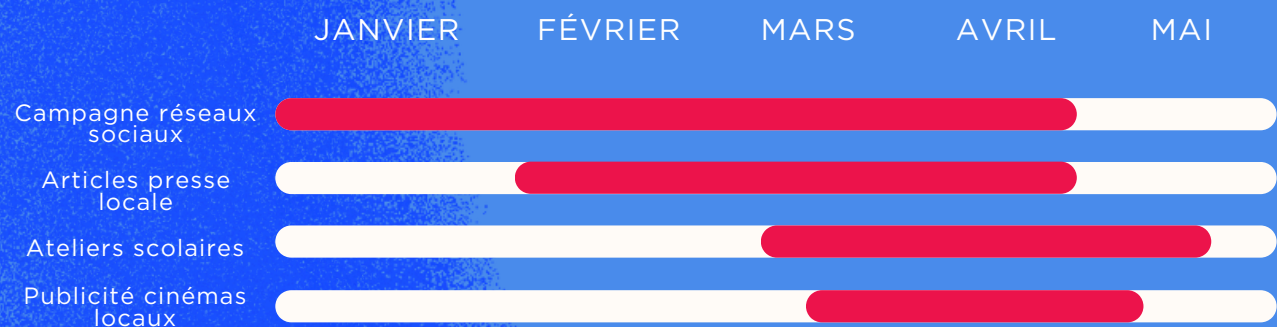
Nous proposons de lancer la campagne sur les **réseaux sociaux** dès **janvier** afin de faire connaître le festival quelques mois avant son commencement, puis de prolonger la campagne jusqu'à la fin de l'événement.

Par la suite, il serait pertinent d'entrer en contact avec la **presse locale** pour diffuser des **articles** présentant le festival de **février** à **avril**.

De **mars** à **mai**, nous prévoyons d'organiser des **ateliers** dans les **écoles** pour les inciter à participer au festival, en leur faisant découvrir une des activités prévues.

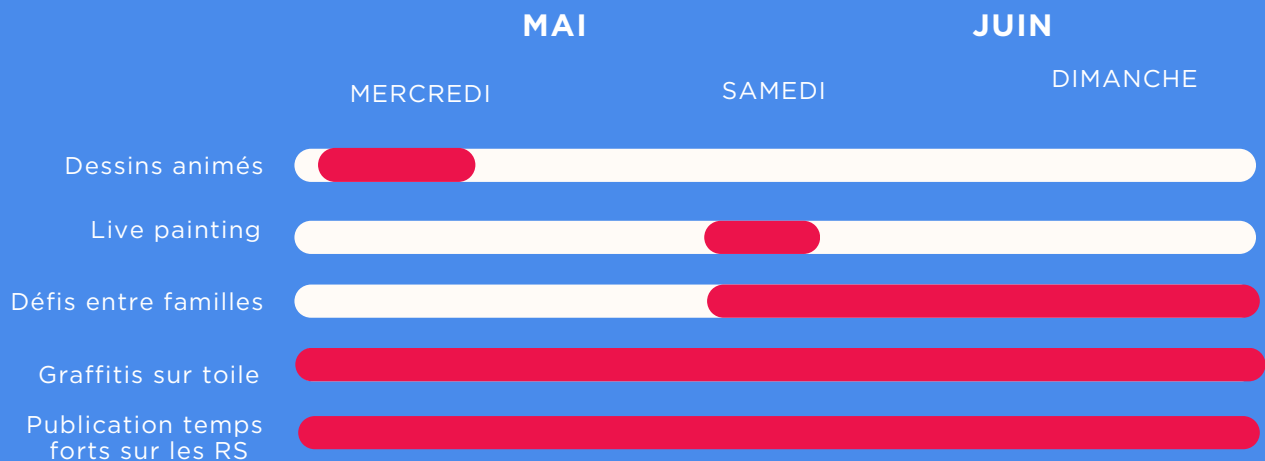
En parallèle, il serait pertinent de planifier des **publicités** dans les **cinémas** des environs.

AVANT L'ÉVÉNEMENT



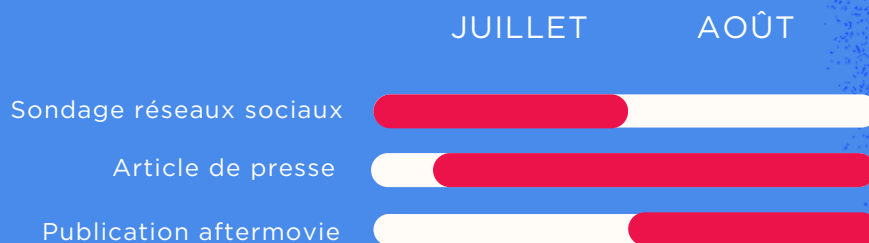
PENDANT L'ÉVÉNEMENT

Pendant le festival, des ateliers seront proposés chaque **mercredi**, **samedi** et **dimanche**. Pendant cette période, nous recommandons de partager des **stories** et des **posts** en **direct** sur les réseaux sociaux pour mettre en avant les moments **forts** du festival.



APRÈS L'ÉVÉNEMENT

Après le festival, un **sondage** sera posté en **juillet** sur les réseaux sociaux pour évaluer la **satisfaction** des familles. En parallèle, il serait pertinent de solliciter la **presse locale** pour publier des **articles**. Enfin, nous vous recommandons de diffuser un **aftermovie** entre **août** et **septembre**, pour **prolonger** l'impact de l'événement et maintenir l'**engouement**.

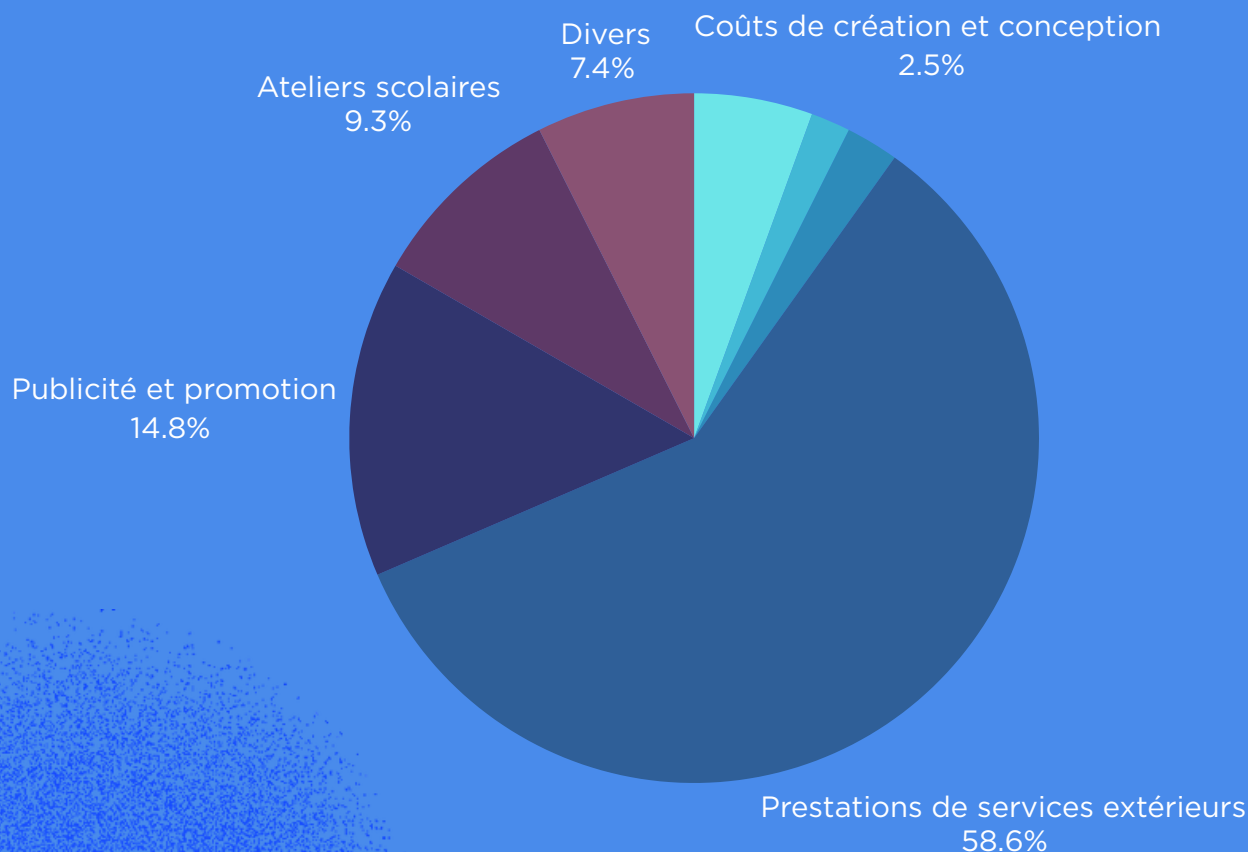


5.

Budget prévisionnel

Coûts d'impression et de communication	Montant
Impression d'affiches pour la promotion locale	3 000 €
Création de visuels pour les réseaux sociaux	1 500€
Coûts de routage et distribution	
Distribution d'affiches dans la ville (affichage urbain)	1 500€
Coûts de création et conception	
Conception des visuels pour l'événement (affiches, réseaux sociaux)	2 000 €
Prestations de services extérieurs	
Honoraires des artistes professionnels pour ateliers et animations	15 000 €
Location de matériel pour ateliers (toiles, peinture, bombes, matériel créatif)	4 500 €
Location des espaces pour ateliers et événements	5 000 €
Sécurité et assurances événementielles	3 000 €
Services de nettoyage sur site	2 500 €
Intervenants pour conférences, tables rondes et ateliers pédagogiques	2 500 €

Publicité et promotion	Montant
Publicité sur les réseaux sociaux (campagnes sponsorisées)	3 500 €
Publicité dans les cinémas (teaser animé avant les films familiaux)	2 500 €
Articles sponsorisés dans la presse locale (Isère Mag, Le Dauphiné Libéré, Gremag)	2 000 €
Achat d'espace publicitaire local (panneaux, affichage urbain)	4 000 €
Ateliers scolaires	
Organisation d'ateliers créatifs dans les écoles (15 ateliers)	4 500 €
Matériel pour les ateliers scolaires (peinture, toiles, matériel créatif)	3 000 €
Divers	
Kit de Street art (pour les gagnants des activités)	1 500 €
Transport et déplacements des artistes, intervenants et équipes	2 500 €
Dépenses imprévues et logistique (frais de fonctionnement, gestion de l'événement)	2 000 €
Total estimé	67 800 €



FINANCEMENT

Le **financement** du festival sera assuré par plusieurs sources. Des **subventions** seront sollicitées auprès de la Ville de Grenoble, de la Métropole et du département de l'Isère pour soutenir l'organisation de l'événement. En parallèle, des **aides financières** seront recherchées auprès des **partenaires** pour garantir le bon déroulement du festival. Une partie des coûts sera également couverte grâce à la **vente d'ateliers aux écoles**, permettant ainsi de financer une partie des activités. Ces différentes contributions couvriront les frais de **logistique**, la **production** des ateliers et **l'animation** des événements.

Une **vente de photographies** des enfants et des familles prises pendant l'événement grâce à la mise en place de 3 photobooth placés à différents endroits, permettront également d'obtenir quelques **fonds supplémentaires**, tout au long de l'événement.

6. Conclusion

Pour conclure, le Street Art Kidz offre une expérience unique de **partage** et de **découverte**, en proposant des activités à la fois **ludiques** et **créatives**. Les familles pourront passer un moment **ensemble**, renforçant les **liens sociaux** et **culturels** au sein de la ville.

En parallèle, cette initiative contribuera à **accroître** la **visibilité** du Street Art Fest, consolidant son **succès** local et attirant un public **diversifié**, tout en **renouvelant** l'intérêt pour cet événement. Ce projet contribuera ainsi à dynamiser la vie **locale** et à renforcer l'attractivité **culturelle** de **Grenoble**.

7. Sources

ANALYSE DU FESTIVAL :

- <https://www.streetartfest.org/>
- https://www.streetartfest.org/wp-content/uploads/2024/03/BILAN_SAFGA_2023.pdf
- <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>

MARCHÉ DU STREET ART :

- https://urbaneez.art/fr/magazine/les-10-festivals-de-street-art-les-plus-renommes-au-monde?srsId=AfmBOorlo78TQw28pTSbQyI5WLOnMIqtL_WYbQXeexzODwdvto-Hc7yt
- <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>
- <https://www.bewaremag.com/festivals-de-street-art-france>
- <https://urbaneez.art/fr/magazine/les-10-festivals-de-street-art-les-plus-renommes-au-monde>

BUDGET :

- <https://www.fluoo.com/affiche>
- <https://blog.ungrandjour.com/fr/fr/prix-location-photoboosts>
- <https://www.quai-alpha.com/guide-complet-sur-le-cout-de-la-publicite-sur-instagram/#:~:text=Le%20prix%20de%20la%20publicit%C3%A9,%E2%82%AC%20pour%20les%20campagnes%20performantes.>
- https://www.boesner.fr/arts-graphiques/materiel-street-art?srsId=AfmBOoppO6IzyaLPCriGNMgIBAoo6gShV4YkZeZ3wXpI2kDc5s_DKUwB
- <https://adintime.com/fr/blog/panneaux-publicitaires-les-types-de-campagnes-daffichagees-n35>
- <https://www.graffitiartist.com/products/tag-bags>



STREET ART KIDZ

2025

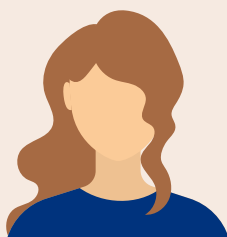
ESPRIT 360

“Esprit 360” est une agence spécialisée dans la communication 360, une stratégie marketing qui consiste à utiliser tous les canaux de communication disponibles.

L'ÉQUIPE



Emma
Cheffe de projet



Emilie
Community
manager



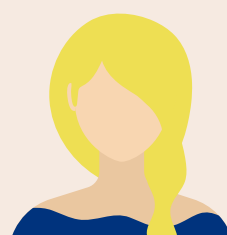
Bastien
Directeur
artistique



Flavie
Chargée de
communication



Ethan
Chargé des relations de
presse & partenariats



Eva
Chargée de projet
événementiel

Le règlement s'effectuera sur présentation d'une facture, réglée par mandat administratif à 30 jours. Le solde sera versé sur le rendu complet de la prestation.

En cas d'impossibilité pour le titulaire de réaliser l'intégralité de la prestation en raison du fait du maître d'ouvrage ou d'un élément extérieur au titulaire, la prestation ayant fait l'objet d'une exécution totale pourra donner lieu au versement d'acomptes. Le montant de l'acompte correspondra au montant de la prestation réalisée.

PAIEMENT PARTIEL ET DÉFINITIF

Une fois que l'ensemble des prestations du marché a été exécuté, le décompte pour solde est adressé par le titulaire à l'Association Spacejunk Grenoble en lui adressant les factures.

14 - Litiges

En cas de litige sur l'interprétation ou l'exécution du présent marché, et après épuisement des moyens de recours amiables prévus par la réglementation, le tribunal administratif du ressort duquel dépend le siège de l'Association Spacejunk Grenoble est seul compétent.

15 - Dispositions particulières

CCAG

Le CCAG auquel se réfère le présent marché est le CCAG PI. Les articles du présent cahier des charges prévalent sur ceux du CCAG PI en cas de contradiction.

LANGUE

Les correspondances relatives au marché sont rédigées en langue française.

Le prestataire

Date et signature



Le 05/01/2024