



# 2022 Rapport Annuel





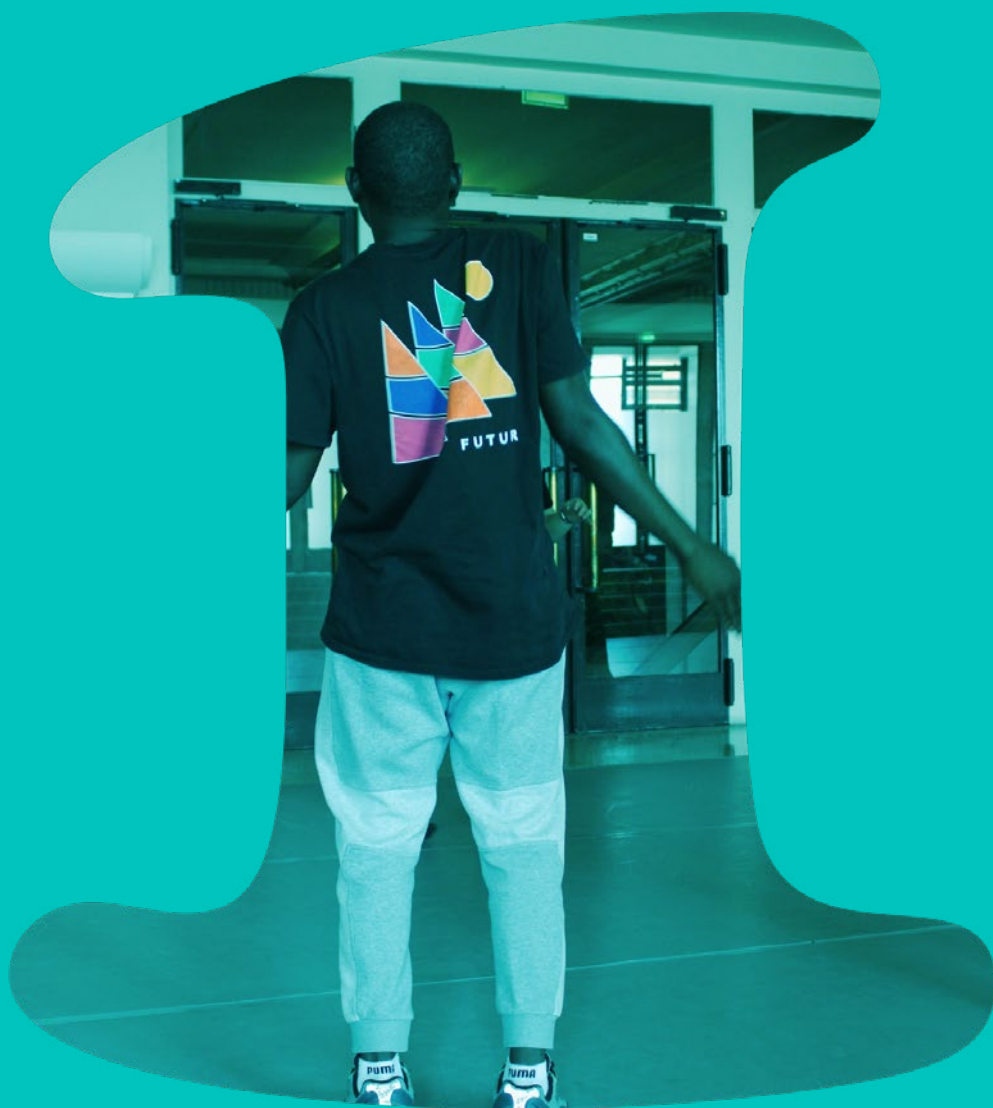
A photograph of the Eiffel Tower in Paris at sunset. The sky is a mix of pink, orange, and purple. In the foreground, two young men are seen from behind, looking towards the tower. They are wearing dark jackets. The ground is paved and there are some small items on it. Other people are scattered around the base of the tower.

# #Soul Food For Migrant Youth

# Sommaire

<b>1. Message de la Présidente</b>	<b>2</b>
<b>2. Qui sommes-nous : Soul Food</b>	<b>4</b>
- Mission	
- Vision	
- Objectifs	
- La politique de protection de l'enfance et de la jeunesse de Soul Food	
- Principes and valeurs	
<b>3. Sorties culturelles et activités artistiques</b>	<b>10</b>
- Répartition des sorties et activités	
- Temps forts	
<b>4. Programme de développement professionnel</b>	<b>19</b>
- Répartition du programme	
- Partenaires	
<b>5. Communication, équipe et bénévoles</b>	<b>25</b>
- Communication numérique	
- Equipe et bénévoles	
<b>6. Ressources financières</b>	<b>28</b>
- Dons financiers directs	
- Autres sources de financement et de dons	
- Répartition des dépenses	
<b>7. Un regard vers l'avenir</b>	<b>33</b>
- Projets et idées futurs	
- Un dernier merci	

# Message de la Présidente







## **Kryssandra Heslop** Co-fondatrice, directrice artistique et présidente

En 2022, les expériences novatrices, les défis inédits, les nouveaux partenariats et collaborations se sont entremêlés pour générer une année pleine d'accomplissements et d'incroyables réussites. Voilà peut-être l'une des années les plus palpitantes jusqu'ici !

L'édition annuelle du Festival Soul Food a d'abord été un véritable succès ! S'en sont suivis une série de collaborations culinaires et des événements plus riches que jamais. Nous nous sommes associés à un grand festival, nous avons "investi" des établissements parisiens de premier rang et nous avons élargi notre communauté tout au long du chemin. En parallèle, nous avons pris conscience qu'il n'était plus possible de continuer notre travail sans un minimum de ressources ou de stabilité financière. Nous avons donc consacré beaucoup de temps et d'énergie à la collecte de fonds au travers d'événements culturels pour la communauté et d'autres initiatives pour développer les compétences artistiques.

Et, cette année encore, nous avons adapté nos activités en fonction des besoins. En 2022, cela s'est traduit par la création d'une initiative ponctuelle "one-offs", qui nous a donné l'opportunité de sceller de nouveaux partenariats et d'étendre notre portée pour intégrer encore davantage de jeunes migrants et de réfugiés dans nos programmes.

Chaque collaboration, chaque événement et chaque activité culturelle a contribué à la poursuite de notre croissance. Et ce, tout en nous assurant d'apporter à nos jeunes membres ce dont ils avaient besoin, en les accompagnant dans l'atteinte de leurs objectifs, professionnels ou autres. Il s'agissait aussi de les défendre lorsque cela s'avérait nécessaire et de les soutenir durant les moments difficiles.

Les jeunes membres de Soul Food nous motivent à toujours persévérer. Ils sont la raison d'être de Soul Food. La croissance de notre communauté nous a permis de nous développer de manières inédites. Nos talentueux partenaires et bénévoles nous ont accompagnés à aller plus loin. C'est grâce à eux que nous avons tant accompli cette année. Nos donateurs et soutiens, proches et lointains, ont continué leur appui à travers leur générosité. C'est grâce à eux que Soul Food a un futur.

Tout en nous projetant vers l'avenir, nous nous sentons fiers de ce que nous avons réalisé avec souvent très peu de moyens. Cela nous permet d'entrevoir tout ce dont nous sommes capables. Notre ambition reste sans limite. Merci pour votre aide dans l'atteinte de nos objectifs. Nous sommes extrêmement reconnaissants d'appartenir à une communauté si généreuse.



# Soul Food : qui sommes-nous



Chez Soul Food, **nous croyons aux valeurs de la bienveillance, de la communauté et de l'art.** Nous considérons que nous avons tous un **droit égal à la beauté et à la créativité.** Nous avons tous le **droit d'être inspirés.** Ces convictions sont au cœur de notre mission, celle d'exposer les jeunes migrants et les réfugiés à l'art et la culture, afin de **créer des espaces créatifs sécurisants** qui leur offriront ensuite l'inspiration nécessaire pour se frayer un chemin dans un monde souvent moralisateur, cruel et injuste.

*Nous espérons qu'à travers Soul Food, ils apprendront, grandiront et s'ancreront dans des initiatives inspirantes, qui leur permettront par la suite de s'épanouir pleinement. Nous pensons que cela les aidera également à s'intégrer dans leurs - nouvelles - communautés locales de façon naturelle, productive et positive.*

## Mission

La mission de Soul Food reste **d'exposer les jeunes migrants - et les réfugiés - à des manifestations culturelles et des environnements artistiques,** tels des concerts, des rencontres d'artistes et des visites de musées, dans le but de **stimuler leur esprit et leur intérêt pour la culture,** de faciliter des expériences **d'intégration positive** et d'encourager leur **autonomie** dans leur nouveau pays. Nous misons là-dessus dans l'espoir qu'à chaque nouvelle expérience culturelle, ces jeunes migrants noueront non seulement de nouvelles amitiés et oublieront leurs difficultés, mais ressentiront également un sentiment d'appartenance à la vie et à la culture française, sans rester de simples observateurs.

Plutôt que d'occulter le passé et le pays d'origine des jeunes migrants, nous les encourageons à découvrir la culture française et européenne, et à trouver leur propre équilibre parmi ces expériences. Nous leur montrons que **ces cultures sont compatibles les unes avec les autres.** Pour ce faire, Soul Food organise notamment des sorties culturelles mêlant d'autres jeunes migrants, et parfois des jeunes Français. Nous créons des espaces protégés pour un **dialogue ouvert** et des rencontres avec des habitants, leur permettant ainsi de vivre des **expériences artistiques, musicales ou culinaires** à la manière de la population locale.

## Vision

A travers notre travail, **nous plaçons pour une intégration durable et positive** des communautés d'immigrants en France. Nous imaginons une France avec ses musées, ses restaurants, ses théâtres et ses salles de concert emplis de **personnes du monde entier** ; non seulement des touristes, mais aussi des migrants, des réfugiés et des locaux. Nous imaginons également un monde où les migrants bénéficient de cette **visibilité positive,** et non d'un monde où ils sont cantonnés à la périphérie de nos villes, dormant sous des tentes dans des camps de fortune. **Nous transformons le discours** en relayant des **représentations positives et authentiques** de ces jeunes.

## Objectifs

Notre objectif est d'aider les jeunes migrants et les réfugiés du monde entier à **accéder aux musées, aux théâtres et à tout autres lieux culturels** ainsi qu'à des opportunités professionnelles prestigieuses dans le domaine culturel. Nous cherchons notamment à combler les périodes de temps longs, sans scolarisation, imposées par les lenteurs du système administratif français, en leur proposant des stimulations intellectuelles et culturelles à travers nos activités et nos sorties. **Nous utilisons l'art comme une forme d'éducation informelle** et nous encourageons leur autonomie par ce biais.







## Activités principales

1. Sorties culturelles et activités artistiques
2. Programme de développement professionnel
3. Évènements culturels pour la communauté

## 2022 Highlights

1. L'invitation au concert de Kendrick Lamar par son collectif PgLang
2. Le Festival Soul Food
3. La rencontre avec Yo-Yo Ma durant une fête de quartier que nous avons aidé à organiser
4. L'organisation de notre première sortie culturelle pour un groupe composé intégralement de jeunes filles et de jeunes femmes
5. Le festival We Love Green

## Politique de protection de l'enfance et de la jeunesse<sup>1</sup>

Notre politique de protection de l'enfance et de la jeunesse respecte les principes fondamentaux de la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant. Elle nous aide à garantir la sécurité de tous au sein de notre organisation. Nous réexaminons continuellement cette politique, et la manière de l'adapter, afin de nous assurer du respect des droits de nos jeunes membres et que leur sécurité demeure une priorité.<sup>2</sup>

1 La politique de protection de l'enfance et de la jeunesse de Soul Food peut être consultée sur notre site internet.

2 Cette politique est au cœur de notre programme de formation des bénévoles, qui comprend également la vérification des antécédents, une séance dédiée aux enjeux de protection, l'accès à une bibliographie spécialisée sur la migration, notre accord du personnel et des bénévoles et une session de sensibilisation à la culture et aux problématiques liées aux traumatismes. Avant d'accompagner directement des jeunes membres de Soul Food, l'ensemble des membres de l'équipe, des bénévoles et des stagiaires sont dans l'obligation de suivre ce programme de formation.



## Les principes et valeurs de Soul Food

1



Protéger et maintenir la sécurité de nos jeunes membres et de tous les enfants avec lesquels nous interagissons.

2



Promouvoir la bienveillance, la tolérance, la compréhension et le dialogue interculturel.

3



Stimuler notre propre créativité et celle des autres.

4



S'assurer que Soul Food soit toujours un espace sûr.

5



Aider les autres autant que possible.

6



Encourager la durabilité, la pleine conscience et l'éco-responsabilité.

7



Cultiver le libre arbitre et la participation des jeunes.

8



Offrir des opportunités équitables et dignes à nos jeunes membres

Note: Ces éléments sont directement issus de notre accord du personnel et des bénévoles. Toutes personnes travaillant pour Soul Food se tiennent à ces principes et valeurs.







# Sorties culturelles et activités artistiques



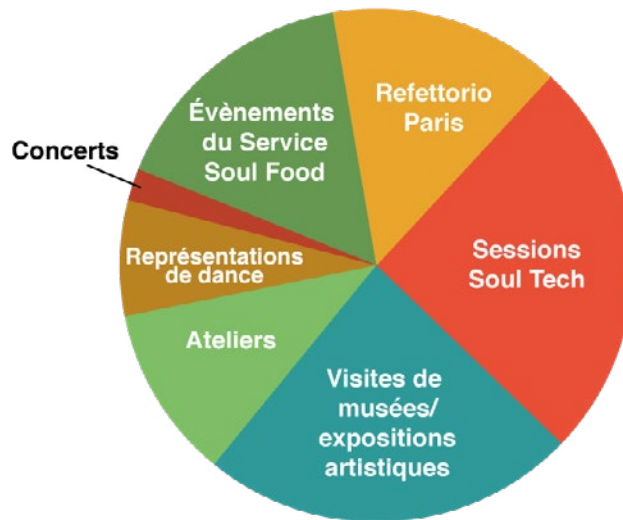


## Répartition des sorties et activités

Nous avons organisé **54** sorties et activités culturelles en 2022. Malgré la pandémie de COVID-19 et ses multiples périodes de confinement, ce sont au total **180** sorties et activités culturelles qui ont été organisées depuis février 2018 !

Il arrive souvent que les activités et les sorties culturelles se chevauchent. Par exemple, nos événements associent toujours différentes formes d'art. Lorsque les jeunes membres de Soul Food sont présents, ils ont à la fois l'opportunité de manger mais aussi de profiter de concerts et/ou d'ateliers artistiques. Lorsque nous visitons des expositions, ces sorties sont parfois suivies d'ateliers inspirés des œuvres d'art observées. Nous décomptons chaque sortie culturelle seulement une fois, même si plusieurs activités ont eu lieu,<sup>3</sup> comme le reflète le nombre total de sorties culturelles. Cependant, dans notre répartition des activités participatives et d'observation, il arrive que nous les décomptons à plusieurs reprises afin de mettre en lumière les différents types d'activités réalisées.

### Sorties Culturelles



### One-offs

En 2022, nous avons été approchés par plusieurs organisations à but non lucratif qui n'étaient pas en capacité de proposer des activités régulières aux jeunes migrants et réfugiés qu'elles accompagnaient. Ce constat est à l'origine de notre nouvelle initiative ponctuelle dénommée "one-offs". Nous scellons différents partenariats avec des organisations à but non lucratif pour ensuite leur proposer des activités Soul Food. Les jeunes intéressés y participent. Cela nous permet d'étendre notre champ d'action et d'intégrer davantage de jeunes migrants et réfugiés dans nos programmes.

Nous nous sommes associés à **4** différentes organisations à but non lucratif en 2022 pour réaliser **4** activités "one-offs" avec **25** jeunes migrants et réfugiés. **1** d'entre elles a été réalisée avec un groupe composé uniquement de jeunes filles et de jeunes femmes - une expérience inédite pour nous!

### Activités d'observation

En 2022, Soul Food s'est rendu à :

**14**

visites de musées/  
expositions artistiques



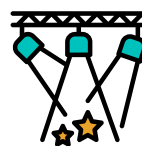
**9**

diners au  
Refettorio Paris



**6**

concerts



**4**

représentations  
de danse



<sup>3</sup> Seule exception, lorsque la sortie se déroule sur plusieurs jours, nous décomptons chaque jour séparément, car, de manière générale, différents jeunes membres et bénévoles peuvent être présents et différentes activités proposées.

L'un des moments forts de l'année s'est déroulé au cours d'un week-end d'octobre. Nous avons alors été conviés au concert de Yo-Yo Ma à la Philharmonie de Paris. Ce même soir, PgLang nous a invité au concert de Kendrick Lamar ! Plusieurs bénévoles et partenaires se sont rendus à la Philharmonie de Paris tandis que d'autres ont conduit un groupe de nos jeunes membres au concert de Kendrick Lamar. Plus tard ce même weekend, nous avons eu l'opportunité d'écouter Yo-Yo Ma se produire en live à l'occasion d'une fête de quartier que nous aidions à organiser. Nous avons également pu le rencontrer et lui parler de Soul Food. Un weekend incroyable!



@\_leo\_faivre\_



@\_leo\_faivre\_





**“Pour moi ça fait plaisir de venir dans ce genre d’endroit vu que parfois quand j’ai passé là je ne savais pas si moi aussi j’avais le droit de rentrer dans ce genre d’endroit et de visiter. Vraiment ça me fait plaisir, cette visite me va droit au coeur. Je suis très content.”**

**- Emmanuel, jeune membre Soul Food**

## **Activités Participatives**

Au-delà des activités d’observation, nous avons aussi créé. Les sorties et activités participatives de Soul Food en 2022 comprenaient :

**14** Sessions Soul Tech

**10** Ateliers créatifs et artistiques<sup>4</sup>

**9** Évènements organisés par et/ou en partenariat avec Soul Food

**1** Activité du club d’anglais

<sup>4</sup> Il arrive que des activités se chevauchent lors de certaines sorties. Deux ateliers artistiques ont ainsi été organisés à la suite d’expositions, se basant sur l’expérience vécue par les jeunes membres. Ces ateliers ne sont pas inclus dans le graphique de la page précédente car nous les avons décomptés systématiquement comme une seule sortie à chaque fois (par exemple, lorsque nous visitons une exposition et nous organisons au cours de la même visite un atelier, cela est décompté comme une seule sortie).

## **Ateliers Artistiques hebdomadaires**

**Grâce à notre partenariat avec le Théâtre national de la danse, le Théâtre national de Chaillot, les jeunes membres de Soul Food peuvent participer gratuitement chaque semaine à des ateliers de danse, de musique et à des activités artistiques.**

**Ce partenariat s’inscrit au coeur de notre mission de promouvoir l’autonomie au travers des pratiques artistiques et culturelles.<sup>5</sup>**

<sup>5</sup> Ils y assistent sans les bénévoles de Soul Food. Nous ne les avons donc pas décomptés comme des sorties culturelles Soul Food.



## Activités : les moments forts

### Le 4ème Anniversaire de Soul Food

Cette édition du festival Soul Food a été la plus réussie à ce jour ! Plusieurs jeunes membres de Soul Food ont pu participer à l'évènement en tant que bénévoles, notamment en cuisinant aux côtés de nos chefs conviés. Ils se sont également impliqués dans les ateliers artistiques et ont profité de la musique avec les autres participants.

### Soul Tech

Nous avons poursuivi ce programme en 2022, en réalisant **14** sessions. Chaque session a été divisée en deux phases. Les quatre jeunes membres ayant assisté au plus de sessions ont pu se voir offrir des ordinateurs à l'issue de cette première phase grâce à la subvention que nous avons reçue de la part de la Fondation Orange. La seconde phase se terminera en 2023. Elle comptera certains des mêmes jeunes membres présents lors de la première phase mais aussi de nouveaux participants. Nous prévoyons d'offrir là encore des ordinateurs aux jeunes membres assistants régulièrement à ces sessions.

Pour ces deux dernières phases de Soul Tech, nous avons forgé cette année un partenariat avec Code Code Codec, une association française à but non lucratif spécialisée dans la formation informatique et technologique. Cette organisation vend également des ordinateurs reconditionnés à des tarifs accessibles, un partenaire idéal pour ce programme. Initialement, Soul Tech a été financé par la Fondation Orange. Après avoir rencontré des difficultés au cours du programme en 2021 pour diverses raisons, notamment du fait que les activités récurrentes hebdomadaires n'étaient pas le format le plus adapté pour les jeunes que nous accompagnons, nous avons constaté une plus grande implication lorsqu'ils ont pu recevoir un ordinateur. Ces sessions ont alors pris une autre ampleur : ils ont alors appris à utiliser un outil qui allait devenir le leur. Nous avons donc utilisé les fonds de



**“C’est merveilleux de voir l’évolution des jeunes membres qui ont commencé avec très peu de connaissances, à mesure qu’ils saisissent de nouveaux concepts, et de voir leur enthousiasme. C’était également agréable d’assister aux interactions entre nos jeunes membres et les fantastiques enseignants de Code Code Codec.”**

**- Matthew, bénévole de Soul Food**



la Fondation Orange pour acquérir huit ordinateurs, pour fournir collations et rafraîchissements et rémunérer des professeurs chargés d’animer les séances.<sup>6</sup>

## Soul Food Service

Nos événements artistiques pour la communauté remplissent de multiples objectifs. Ils sont à la fois l’occasion de collecter des fonds, d’accroître notre visibilité, de collaborer avec des artistes et de sceller de nouveaux partenariats. Pour les jeunes membres de Soul Food, ils représentent en outre des tremplins artistiques où ils peuvent affirmer leur talent et leur potentiel, dans des espaces sécurisants où ils sont mêlés à la population locale.<sup>7</sup> Ces événements sont également utiles pour notre programme de développement professionnel, et ils servent généralement d’excursions culturelles. Nous avons organisé et/ou participé à 13 événements en 2022. Les jeunes membres ont participé à 9 d’entre eux en tant qu’excursions culturelles (marqués avec \*).

- 1 Le festival Soul Food (le 4ème anniversaire de Soul Food) au Champion Bistro \*
- 2 Soul Food Takeover à La Chope des Artistes \*
- 3 We Love Green Festival – Jour 1 \*
- 4 We Love Green Festival – Jour 2 \*
- 5 Gumbo Fest à Gumbo Yaya \*
- 6 Soul Food Takeover à La Régulière \*
- 7 Athletic Week : Événement de collecte de fonds Happy Hour
- 8 Athletic Week: Talks (table ronde)
- 9 Athletic Week: Athletic Party événement de collecte de fonds

6 Nous avons offert quatre ordinateurs aux jeunes ayant participé le plus régulièrement aux sessions de 2022 et nous en offrirons trois supplémentaires à ceux qui fréquenteront assidûment les sessions de 2022/2023 (les dernières sessions de cette deuxième phase se tiendront en janvier 2023). Nous conservons un ordinateur “de bureau” utilisé par nos bénévoles pour différents projets et tâches Soul Food, tels que la comptabilité de l’organisation.

7 Les informations financières liées à ces événements sont détaillées dans la section “Ressources financières” du présent rapport.







**10** Forum des associations \*

**11** Athletic Week: Événement de clôture \*

**12** Festival des Gardes : Communautés Fractales (fête de quartier) \*

**13** Événement de collecte de fonds pour les fêtes de fin d'année à l'Ola's Cafe

## Soul Food Takeovers

Nous avons investi le restaurant La Chope des Artistes et La Régulière, une librairie qui propose également des gâteaux et du café, en organisant des événements incarnant Soul Food au travers de différentes formes d'art : des menus concoctés par des jeunes membres de Soul Food et des chefs, des ateliers artistiques et de la musique. Les jeunes membres de Soul Food ont ainsi pu profiter de la cuisine proposée et des diverses manifestations culturelles aux côtés des autres participants.

## Évènements supplémentaires

Au-delà des événements Soul Food, nous avons été conviés par plusieurs partenaires à participer à leurs propres événements. Une excellente manière pour nous d'étendre notre communauté en présentant Soul Food à de nouveaux acteurs. Si ces événements ont été l'occasion de sceller de nouveaux partenariats, il s'agissait aussi d'excursions culturelles particulièrement divertissantes.

Le festival We Love Green était l'un des plus stimulants et incroyables d'entre eux. Nous y avons installé un food truck pendant deux jours. En participant à un grand festival pour la première fois, nos jeunes membres ont pu assister à plusieurs performances live de musiciens.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Cet événement a été difficile en termes de travail et d'organisation, car nous avons dû produire une grande quantité de nourriture, nous coordonner avec plus de 15 bénévoles et plusieurs jeunes membres de Soul Food, et faire face aux répercussions logistiques et financières lorsque la première journée s'est terminée plus tôt que prévu à cause d'une tempête. Logistiquement, c'était incroyablement difficile, mais nous avons fait de notre mieux pour que nos jeunes membres puissent profiter au maximum de l'expérience du festival.





@thatguyyujustmet



@kryssssandra



@kryssssandra



@kryssssandra



@kryssssandra



@kryssssandra



@\_leo\_favre\_



@terencebk



# Programme de développement professionnel



## Répartition du programme

La structure globale et la flexibilité de ce programme sont restées les mêmes. Une fois l'intérêt initial et la motivation identifiés, les jeunes membres signent un contrat avec Soul Food, ce qui permet à chacun d'entre eux de se responsabiliser. Ils bénéficient en outre d'heures d'assistance administrative et de médiation accordées par Soul Food, conduites entre leurs employeurs, les professionnels de l'éducation, les services français de protection de l'enfance et les préfetures des territoires concernés, dans le but d'assurer la réussite de leur transition professionnelle et de préserver leur statut juridique en France.

Ce programme est difficilement quantifiable. Trouver et sécuriser ces opportunités professionnelles et accompagner les jeunes membres autour de leur situation administrative, demande des heures de travail. Chaque nouveau contrat professionnel signé par un jeune membre de Soul Food et chaque bonne nouvelle concernant leur démarche migratoire, représente pour nous une victoire. Ces succès individuels sont de véritables triomphes pour Soul Food.

Soul Food étant pleinement tourné vers l'art et la culture, nous proposons uniquement des opportunités professionnelles dans des domaines artistiques. Nos partenaires proposent ainsi des opportunités de bénévolat, de stage et d'apprentissage dans les professions suivantes :

### Arts culinaires



Chef



Boulangier



Pâtissier

### Mode et design



Charpentier /  
designer



Professionnel  
de la mode  
(divers postes)

## Partenaires

A Soul Food, nous nous engageons à travailler avec des partenaires portant les mêmes valeurs que nous, qui s'engagent à offrir des opportunités professionnelles dignes à nos jeunes membres dans des environnements sécurisants où ils peuvent atteindre leur plein potentiel. Cette année, nous avons continué à travailler avec un grand nombre de nos partenaires existants tout en décrochant de nouveaux partenariats.

Les établissements et ateliers ci-dessous sont soit des lieux où nous cherchons à orienter les jeunes membres de Soul Food pour ce programme, soit des lieux où ils ont bénéficié d'expériences professionnelles en 2022 :

- 10 Belles Bread
- Clown Bar
- Victor di Rossi's Workshop
- Café Compagnon
- Haikara
- Nosso
- La Pointe du Grouin
- Refettorio Paris
- Le Richer
- Arboré (restaurant de l'Hôtel & Spa Royal Madeleine)

Les orientations peuvent avoir lieu en tant que bénévoles, stagiaires ou apprentis.

L'art culinaire a joué un rôle plus important dans notre travail en 2022. Il s'est retrouvé au cœur d'une grande partie de nos événements. Cela nous a permis d'accroître le programme de développement professionnel en donnant l'opportunité à nos jeunes membres de s'impliquer dans les différents aspects des événements. Et ce, tout en leur permettant de déployer leur créativité culinaire.





@kryssandra



@kryssandra

De la conception du menu, à la cuisine aux côtés de nos chefs invités, en passant par l'appui aux bénévoles pour l'animation des ateliers, les jeunes membres de Soul Food sont toujours impliqués autant que possible. Ils tissent un réseau, dans ce cadre positif, avec des chefs et d'autres professionnels de l'industrie, tout en mettant en pratique les compétences développées au fil de leur expériences de bénévolat. La préparation du Gumbo Fest en fut le parfait exemple. Le propriétaire et chef de cuisine de Gumbo Yaya, un restaurant de Soul food, avait alors consacré tout un dimanche après-midi à échanger avec les jeunes membres et à tester des recettes en perspective de notre collaboration.

Grâce à cette initiative, plusieurs jeunes membres de Soul Food ont eux-mêmes pu rendre à la communauté. Conviés au Refettorio Paris en tant que chefs, ils ont concocté un repas exceptionnel, inspiré de leurs racines ouest-africaines, avec l'aide de chefs professionnels et de bénévoles. Ces repas ont ensuite été servis sur place à des personnes dans le besoin, et lors du Soul Food Festival, notre 4e anniversaire. La plupart des ingrédients utilisés étaient des surplus alimentaires qui, autrement, auraient été gaspillés. Ce projet s'est donc aussi avéré un apprentissage précieux en matière de durabilité et de prévention des déchets.

Lorsque nous proposons des repas durant les événements, la liste des recettes et des ingrédients est élaborée par les jeunes membres de Soul Food, nos partenaires, les chefs et les bénévoles. Cette liste est composée d'aliments que nos jeunes membres apprécient en provenance de leur pays natal. Cet aspect est particulièrement important pour chacun des plats que nous aidons à créer. Il représente un excellent point de départ pour toutes les collaborations culinaires de Soul Food.

## Après le programme

L'objectif de ce programme est à la fois d'aider les jeunes membres de Soul Food à découvrir un parcours de carrière qui puisse les passionner, leur ouvrir les portes d'opportunités professionnelles prestigieuses et importantes, et les guider dans leurs débuts professionnels grâce à des professionnels talentueux et de confiance. C'est aussi l'opportunité de les aider à stabiliser leurs situations administratives en France. Nous espérons qu'en atteignant ces objectifs, les jeunes membres gagneront en autonomie et en intégration positive, ce qui leur confèrera ensuite les moyens de sécuriser par eux-même la carrière professionnelle qu'ils souhaitent. **4** jeunes membres de Soul Food ont rempli ces objectifs en bénéficiant de notre programme. **2** grâce à des apprentissages et **2** au travers de contrats de travail permanents qu'ils ont réussi à trouver par eux-mêmes.

**“Le programme de développement professionnel met en contact des jeunes ambitieux et intrépides avec des managers conscients de leurs besoins spécifiques et prêts à leur transmettre leur passion, quels que soient les obstacles qui peuvent se dresser sur le chemin de l'apprentissage.”**

**- François, Soul Food Co-Founder**











# Communication, équipe et bénévoles



## Communication numérique

### Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux servent à plusieurs fins. Nous les utilisons pour notre plaidoyer, pour la croissance, la visibilité, le réseautage, la création de nouveaux partenariats, la vente de produits dérivés et d'œuvres d'art, et la narration. Ils permettent également le partage d'informations relatives à l'organisation et à notre participation à des événements. Nous sommes actifs sur Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube et Spotify. Nous avons également un blog sur notre site.

**2,186** followers sur Instagram    **546** followers sur Facebook    **398** followers sur LinkedIn

**144** followers sur Twitter    **22** followers sur Spotify    **10** abonnés sur YouTube

Nous avons constaté que notre communauté est davantage active sur Instagram. C'est aussi là que nous avons le plus d'impact, c'est donc la plateforme que nous utilisons le plus.

Le plus grand nombre de likes pour une seule publication Instagram boostée en 2022 : **123**<sup>9</sup>

Le plus grand nombre de likes pour une seule publication Instagram "solo" non boostée en 2022 :

**200**<sup>10</sup>

Plus grand nombre de likes pour une publication Instagram "commune" non boostée en 2022 : **397**

### The Soul Food Story

En 2022, le court métrage, sur lequel nous avons travaillé pendant près d'un an, a enfin été diffusé. Cet outil narratif nous permet de relayer un aperçu de nos activités et de nos initiatives plus approfondi. Nous l'avons partagé sur toutes les plateformes numériques et par e-mail.

### Le Collectif Soul Food

Notre newsletter The Soul Food Collective nous permet de rester en contact avec notre communauté et de poursuivre notre développement. Il s'agit du meilleur moyen pour être informé des futurs événements et d'autres sujets concernant Soul Food. Notre newsletter inclut également de l'art, des ressources artistiques, les dernières informations concernant notre communauté, les moyens pour soutenir nos initiatives et les moments forts de Soul Food.

### Blog

Notre blog couvre des sujets liés à l'art, à la culture et à la migration. Nous avons publié moins d'articles en 2022, mais nous le conservons comme plateforme de plaidoyer et comme moyen d'approfondir certaines questions importantes pour nous et pertinentes pour notre travail.

## Équipe et bénévoles

Toutes les personnes travaillant pour Soul Food sont actuellement des bénévoles. L'une de nos principales priorités est de changer cette situation. Rémunérer du personnel garantirait la pérennité de l'organisation en permettant un soutien constant et fiable.

### Équipe

Soul Food reste dirigée par nos deux co-fondateurs, François Le Louarn, secrétaire et l'expert juridique de l'association, et Kryssandra Heslop, présidente et directrice artistique. Tous deux

9 "Boosté" fait référence à une publication payante sur les réseaux sociaux, tandis que "non boosté" fait référence à des publications non rémunérées. Il nous arrive de payer parfois des publicités via Instagram/Facebook pour booster nos publications, dans l'objectif de vendre davantage de tickets pour les événements, de produits dérivés et d'œuvres d'art.


10 "Solo" vs « commune » font référence au moment où nous créons un message seul vs. en partenariat avec un autre compte.



coopèrent sur la plupart des aspects relatifs à l'organisation, tout en capitalisant sur leurs savoir-faire individuels pour accomplir des tâches et des projets spécifiques.

## Bénévoles

Nos bénévoles ont été plus impliqués que jamais cette année. Beaucoup continuent de nous accompagner pour des tâches nécessitant des compétences spécifiques (conception graphique, traduction, etc.) plusieurs fois durant l'année, mais d'autres ont pris des rôles plus polyvalents au sein de l'organisation. Ils accompagnent différentes tâches et projets, de manière plus régulière. Si la plupart de nos bénévoles sont basés à Paris, quelques-uns continuent de nous aider depuis les États-Unis et l'Irlande. Cette année, nous avons reçu une aide considérable de nos bénévoles pour la comptabilité et les événements. D'autres nous ont également accompagnés lors d'excursions culturelles. Certains proposent toujours des cours informels d'anglais, de français et de mathématiques aux jeunes membres de Soul Food.



**“Je suis bénévole chez Soul Food depuis le début de la pandémie de Covid. J’avais déjà travaillé avec l’organisation via mon lieu de travail, mais avec la pandémie, j’ai commencé à donner des cours d’anglais à quelques-uns de leurs jeunes membres. Depuis lors, j’ai fait du bénévolat de différentes manières : en aidant lors d’événements, en restant en contact avec les jeunes membres et en organisant des ateliers pour les nouveaux et les anciens membres.**

**J’ai choisi de faire du bénévolat avec Soul Food parce que j’aime l’approche positive de cette association. J’ai tellement appris des jeunes membres. J’aime la façon dont les activités nous font rire et passer du bon temps, tous ensemble, traversant les frontières et les horizons. Je peux aussi voir comment les membres gagnent en confiance et en espoir grâce à l’approche culturelle.”**

**- Anna Terp, bénévole Soul Food**



# Ressources financières





## Rapport financier

Nous sommes en accord avec la prise de conscience émergente relative à la manière de déclarer les dépenses, c'est-à-dire de ne pas les diviser en programmes et en frais généraux. Cette méthode ne nous semble en effet pas adaptée pour décrire les activités et les dépenses d'une organisation à but non lucratif, qui plus est lorsqu'il s'agit d'une petite organisation aux ressources limitées. Cela ne nous semble pas non plus être une manière pérenne ou réaliste de prendre en considération tout ce qui est nécessaire à la gestion efficace d'une organisation. Les dépenses traditionnellement classées en frais généraux sont en réalité des dépenses essentielles pour accomplir notre mission. Elles sont nécessaires pour générer de futurs revenus, pour poursuivre les programmes existants, pour rémunérer le personnel qualifié et garantir la pérennité de l'organisation.

Il nous semble ainsi plus représentatif de montrer comment les coûts sont partagés entre les programmes et les activités. Par exemple, les dépenses relatives à la collecte de fonds ou au matériel et à l'équipement administratif, viennent en soutien à notre mission et sont donc classées comme "soutien à la mission". Comme nous ne possédons pas à l'heure actuelle de lieu désigné Soul Food, la plupart de nos réunions et séances de travail ont lieu dans des lieux publics et entrent également dans cette catégorie. Lorsque nous achetons du matériel tel que des fournitures artistiques, nous les utilisons pour de multiples projets et initiatives, ce sont des dépenses directes pour nos programmes.<sup>11</sup> D'autres dépenses et fonds peuvent être spécifiques à certains programmes, activités ou événements, tels les ordinateurs SoulTech ou les rafraîchissements proposés à l'occasion des spectacles de danse. C'est la raison pour laquelle ils sont référencés en tant que "dépenses directes - spécifiques au programme".

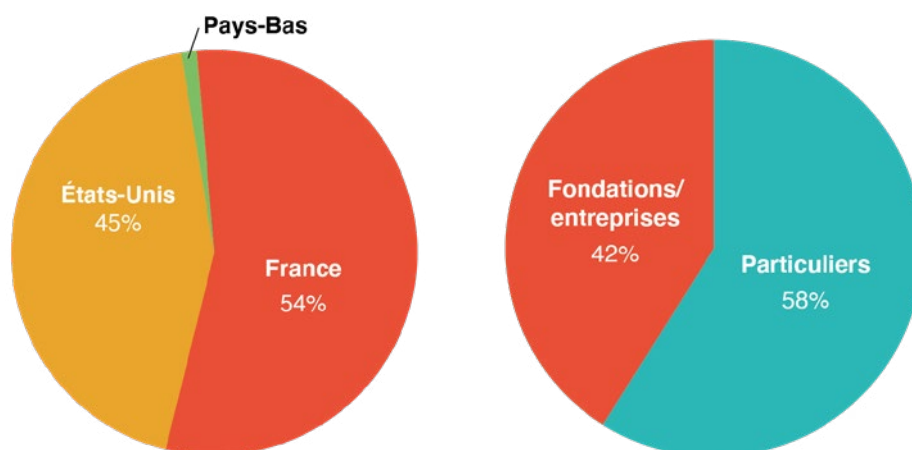
Donner la priorité à l'impact plutôt qu'aux frais généraux est également une façon d'interpréter plus précisément la réussite de nos projets et activités. Les dépenses traditionnellement classées comme frais généraux et frais administratifs sont des composantes nécessaires au travail à but non lucratif. Il ne nous est pas possible d'accomplir notre mission sans celles-ci. Une structure solide et pérenne ne peut être construite sans investir dans l'organisation. Notre rapport financier en est le reflet.

## Sources de financement et de dons

Nous avons continué à travailler cette année sur des méthodes de collecte de fonds créatives, telles que la vente de produits dérivés Soul Food et l'organisation d'événements pour assurer la pérennité de notre organisation. Les dons financiers de nos donateurs représentent toujours une part intégrante de nos ressources financières. Les dons en nature et basés sur les compétences ont également énormément contribué à nos programmes en 2022.

### Dons financiers directs

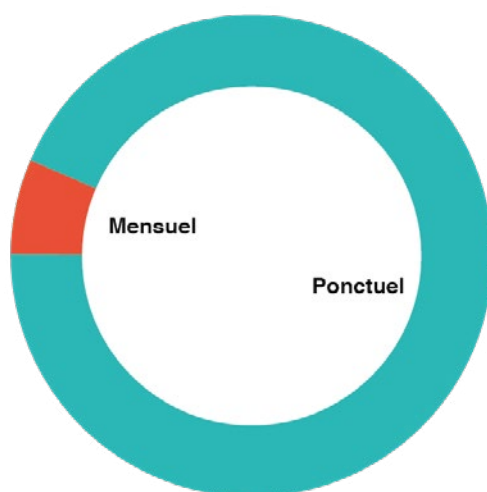
Les dons monétaires directs continuent d'être essentiels pour la réussite de Soul Food. Ces dons nous donnent la flexibilité nécessaire pour remplir notre mission, sans compromis, et nous adapter aux situations en cas de besoin.



<sup>11</sup> Pour la deuxième année consécutive, nos dépenses directes de programmes partagés ont été réduites au minimum car nous avons continué de bénéficier de nos investissements effectués dans ce domaine au cours des années précédentes. Nous n'avons donc pas inclus cette catégorie dans le présent rapport.

Nous avons reçu pour la première fois cette année des dons de fondations et d'entreprises. Si nous avons reçu davantage de dons de la part d'individus basés aux États-Unis, les dons les plus importants d'entreprises et de fondations provenaient de France. Le montant total des dons français (4 925,40 €) est ainsi sensiblement plus élevé que celui des dons américains (4 073,00 €).

L'un des objectifs que nous nous étions fixés l'an passé était de recueillir des dons plus récurrents. Nous avons commencé à y parvenir cette année grâce à plusieurs généreux donateurs qui soutiennent notre travail mensuellement. Les dons mensuels récurrents représentent un élément essentiel pour la pérennité de Soul Food. Ils accordent un niveau de sécurité que les dons ponctuels ne permettent pas. Grâce à cette garantie de revenus mensuels, nous pouvons planifier les futures activités mais aussi, bientôt, être en capacité de rémunérer du personnel.



## **Dons en nature**

Soul Food a pu fonctionner jusqu'à présent, en grande partie grâce aux dons en nature de partenaires et de soutiens. Ceux-ci incluent, mais ne sont pas limités à : des laissez-passer gratuits pour les musées, des billets de concert, des collations, des ateliers artistiques et des dons de livres. Certains partenaires nous accordent également des tarifs réduits pour divers produits, pour des billets de spectacle par exemple ou de la nourriture vendue au sein de leurs établissements.

## **Dons de compétence**

Certains dons prennent aussi la forme d'expertise. Des professionnels de l'art nous ont fait don de leur temps et de leurs compétences dans des domaines tels que la photographie et la vidéographie, en veillant à ce que tous les événements majeurs de Soul Food soient bien documentés et en aidant à créer The Soul Food Story pour décrire l'impact et le travail de notre organisation. Plusieurs chefs se sont portés volontaires à nos côtés en 2022, ce qui a représenté une aide colossale en termes de collecte de fonds pour l'organisation et d'expérience professionnelle pour les jeunes membres de Soul Food mais aussi pour développer notre réseau. D'autres artistes offrent leur temps et leurs compétences lorsqu'ils se produisent lors d'événements Soul Food. Ces dons sont essentiels, car nous n'avons pas actuellement le budget pour rémunérer ces services. Leur travail contribue également à légitimer notre travail en garantissant que nous disposons d'outils utiles tels que du contenu numérique professionnel à montrer aux partenaires et aux nouveaux donateurs potentiels, et des divertissements professionnels lors des événements Soul Food.

## **Événements culturels pour la communauté**

Cette année, nous avons aidé à organiser et participé à **13** événements. Il s'agit d'un domaine pour lequel nous avons consacré beaucoup plus de temps et de ressources en 2022 (en 2021, nous avons organisé **2** événements). Organiser et participer à des événements nous aide à élargir notre public, à le sensibiliser aux problèmes auxquels sont confrontés les migrants et les réfugiés, à proposer des activités créatives aux jeunes membres de Soul Food et à collecter des fonds.



L'un des principaux moyens par lesquels nous collectons des fonds lors d'évènements est la cuisine. N'ayant pas notre propre espace physique, les évènements sont également l'endroit où nous vendons la plupart de nos produits dérivés et nos œuvres d'art. Certains évènements permettent d'autres opportunités de collecte de fonds, telles que des dons directs, les ventes de pâtisseries, etc.

## Produits dérivés et œuvres d'art

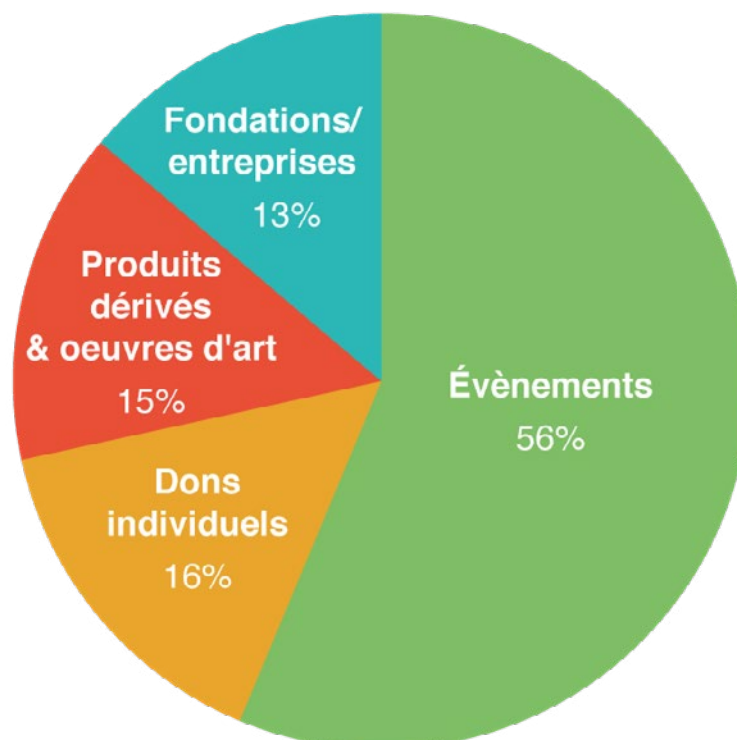
Nous avons poursuivi la vente de produits dérivés et d'œuvres d'art en 2022.<sup>12</sup> Les produits dérivés de Soul Food sont conçus par Kryssandra et nos œuvres d'art sont créées en collaboration avec des artistes qui font partie de la communauté Soul Food. L'objectif principal de cette initiative est de créer des sources de revenus alternatives et sans compromis pour financer nos activités, en conformité avec notre objectif stratégique d'atteindre une viabilité financière.

Nous avons pu le faire de trois nouvelles façons en 2022 : par le biais de ventes dans des établissements partenaires, au travers d'un partenariat avec Athletic Brewing Company, une entreprise de bière sans alcool, avec le parrainage de t-shirts en édition limitée, et grâce à un évènement organisé avec un groupe de Stanford.<sup>13</sup> Certains de nos produits sont en outre vendus chez Little Africa et Yallä, ce qui s'avère particulièrement utile pour les périodes sans évènements car ces produits ne seraient, autrement, que disponibles via notre boutique en ligne. C'est aussi un excellent moyen de faire découvrir Soul Food à de nouvelles personnes.

## Subventions

Cette année, nous avons continué à gérer deux projets financés par des subventions reçues les années précédentes. L'un d'entre eux s'est terminé en 2022 et l'autre (Soul Tech) finira début 2023. Nous n'avons reçu aucune nouvelle subvention en 2022.

## Sources de revenu<sup>14</sup>



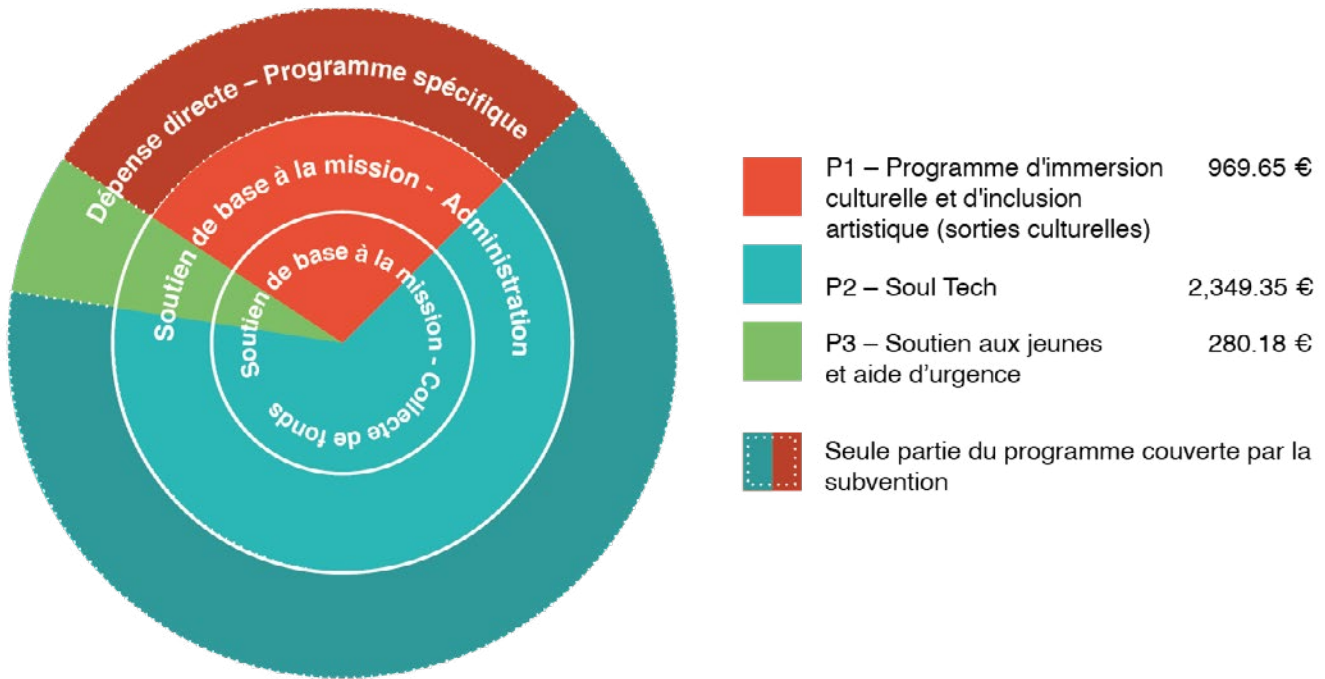
<sup>12</sup> En 2022, nous avons vendu des produits dérivés créés en 2021 (et en 2022). Nous avons également conçu des produits dérivés en fin d'année qui seront vendus en 2023.

<sup>13</sup> A l'origine, notre co-fondatrice Kryssandra a été invitée à donner une conférence pour un groupe d'anciens élèves de l'université américaine Stanford. Il s'agissait d'un travail qu'elle effectuait en parallèle de son activité pour l'organisation. Ce groupe lui a cependant demandé de revenir dès le lendemain car il souhaitait soutenir Soul Food en achetant des produits dérivés et des œuvres d'art. Kryssandra a assisté seule à ces deux évènements puisqu'ils se déroulaient au cours d'une semaine où cinq autres évènements étaient organisés. Ces rencontres avec les anciens étudiants de Stanford ne sont pas incluses dans notre liste d'évènements.

<sup>14</sup> Les produits dérivés et œuvres d'art vendus au cours des évènements sont référencés dans "évènements".

## Répartition des dépenses

Cette année encore, nous avons investi dans notre cœur d'activité pour soutenir la mission de Soul Food. Cela se reflète dans notre répartition des dépenses, tout comme les trois principales initiatives centrées sur les jeunes pour lesquelles nous avons dépensé des ressources financières en 2022. Les manques de financement, laissés par les subventions couvrant principalement les coûts spécifiques des programmes, apparaissent également clairement dans notre ventilation des dépenses.





# Un regard vers l'avenir



## Idées futures & projets

Comme indiqué lors du rapport annuel de l'année précédente, la stabilité financière et l'indépendance sont aujourd'hui primordiaux pour la pérennité de Soul Food. À court terme, cela nous permettrait d'agrandir notre équipe pour inclure du personnel rémunéré qualifié, d'aider davantage nos jeunes membres et d'augmenter nos activités. Cela nous permettrait également d'étendre notre portée à l'international et éventuellement d'avoir un emplacement dédié à Soul Food.

Par conséquent, nos priorités stratégiques comprennent :

- 1.** Créer une sécurité financière sans compromis
- 2.** Améliorer la visibilité de Soul Food et développer notre communauté
- 3.** Élargir notre portée locale et internationale, pour inclure davantage de jeunes migrants et de jeunes réfugiés

Cette année, nous avons franchi de grandes étapes pour atteindre ces objectifs, notamment en augmentant considérablement notre participation et notre organisation d'événements. Et ce, tout en les utilisant comme outils pour collecter des fonds et en développant notre communauté. Nous avons également augmenté nos dons récurrents mensuels, ce qui nous aide à atteindre ces objectifs. Nous prévoyons de continuer dans cette voie à l'avenir.

### Futur proche

Nous allons continuer notre travail pour obtenir davantage de dons mensuels récurrents, car il s'agit là d'un moyen accessible et pratique au travers duquel les gens peuvent nous aider à atteindre nos objectifs. Nous espérons que nous pourrions bientôt avoir du personnel rémunéré car la pérennité de l'organisation en dépend.

Nous continuerons également à nous adapter au contexte migratoire dans lequel nous travaillons, en faisant de notre mieux pour plaider la cause des jeunes migrants et réfugiés et en intégrant davantage dans nos programmes. Notre initiative "one-offs" est un pas dans cette direction et nous prévoyons de continuer à la développer.

*En 2023, nous fêterons les cinq ans de Soul Food !* Nous prévoyons d'organiser un événement unique, comme nous ne l'avons jamais fait auparavant. Ce sera pour nous non seulement l'occasion de célébrer, mais aussi de collecter des fonds et d'utiliser des initiatives artistiques à impact social pour démontrer ce dont nous sommes capables.

### Vision à long-terme

Nous avons toujours de grands rêves pour l'avenir de Soul Food. Les dernières années nous ont montré à quel point nous pourrions être plus efficaces avec une stabilité financière accrue et en employant des méthodes de collecte de fonds créatives qui fonctionnent. Par conséquent, nous prévoyons de continuer à nous concentrer sur ces domaines.

En 2022, nous avons également expérimenté de nouveaux types d'initiatives qui pourraient être reproduites dans d'autres villes et pays, ce qui est conforme à nos ambitions d'étendre notre portée. Avoir à terme un espace Soul Food dédié, ainsi que mener des actions concrètes dans d'autres lieux figurent parmi nos objectifs à long terme.

Nous nous efforçons d'être une force motrice dans l'intégration positive des jeunes migrants et des jeunes réfugiés. À ce titre, nous espérons un jour pouvoir utiliser nos programmes et nos initiatives



pour contribuer à la recherche, afin d'éventuellement avoir un impact politique sur des questions telles que l'intégration positive, l'efficacité des politiques migratoires actuelles, la psychologie multiculturelle et le rôle des conditions d'accueil et des ressources disponibles sur la vie des jeunes migrants, y compris dans leur trajectoire sociale, scolaire et professionnelle.

## Un dernier merci

Merci pour chaque euro donné, chaque heure consacrée au bénévolat, chaque publication relayée sur les réseaux sociaux, chaque compétence enseignée et chaque repas partagé à nos côtés cette année. Tout cela nous aide énormément ! Merci de croire en Soul Food ! Plus que jamais reconnaissant pour votre soutien, nous sommes impatients de poursuivre ce périple avec vous !

**Merci beaucoup !**





**Tous ceux qui ont contribué à ce rapport annuel l'ont fait sur une base strictement bénévole.**

**Photo de couverture**

© Kryssandra Heslop

**Photographie**

© Terence Bikoumou (@terencebk), Jim Browski (@thatguyyoujustmet), Leo Faivre (@\_leo\_faivre\_), Kryssandra Heslop (@krysssssandra), Puxan (@puxanphoto), Milena Carranza Valcárcel (@milenacarranzav)

**Graphisme**

Tim Francis

**Contenus**

Kryssandra Heslop

**Équipe de traduction et de relecture**

Pénélope Bacle  
François Le Louarn  
Matthew Delabre

François Le Louarn,  
Secrétaire, Co-Fondateur  
Kryssandra Heslop,  
Directrice artistique, Présidente, Co-Fondatrice

**© 2023, Soul Food.  
Tous droits réservés.**





**soul food**



**@soulfoodparis**

