



# Rapport annuel

septembre 2019 –  
décembre 2020

**#Soul**  
**Food**  
**For**  
**Migrant**  
**Youth**

# Sommaire

<b>1. Une note sur le contexte de ce rapport annuel</b>	<b>4</b>
<b>2. Le mot de la Présidente</b>	<b>6</b>
<b>3. Qui sommes-nous : Soul Food</b>	<b>8</b>
- Mission	
- Vision	
- Objectifs	
- La politique de protection de l'enfance et de la jeunesse de Soul Food	
- Principes and valeurs	
<b>4. Excursions culturelles et activités artistiques</b>	<b>11</b>
- Répartition des excursions et activités	
- Temps forts	
<b>5. Programme de développement professionnel</b>	<b>18</b>
- Répartition du programme	
- Partenaires	
<b>6. Soul Food pendant la pandémie</b>	<b>21</b>
<b>7. Communication, équipe et bénévoles</b>	<b>24</b>
- Communication numérique	
- Equipe et bénévoles	
<b>8. Ressources financières</b>	<b>28</b>
- Dons financiers directs	
- Autres sources de financement et de dons	
- Répartition des dépenses	
<b>9. Un regard vers l'avenir</b>	<b>31</b>
- Projets et idées futurs	
- Un dernier merci	

# Une note sur le contexte de ce rapport annuel



## Une note sur le contexte de ce rapport annuel

En raison de la manière dont Soul Food a lancé ses activités, nos deux premiers rapports annuels sont uniques en ce qu'ils ne couvrent pas exactement des périodes d'une année. Nous avons choisi de réaliser notre premier rapport annuel sur une période de 18,5 mois (mi-février 2018 à août 2019) car nous n'avons commencé à collecter des fonds qu'un an après la création de Soul Food.<sup>1</sup> Cela signifie que, sur cette période, seulement 6,5 mois bénéficiaient de financements, à savoir des dons individuels. Avant cela, toutes les activités de Soul Food étaient soit gratuites, soit auto-financées par les cofondateurs de l'organisation. Par conséquent, notre deuxième rapport annuel s'étend également sur plus d'une année. Ce dernier détaille nos activités de septembre 2019 à décembre 2020. Les prochains rapports annuels de Soul Food couvriront des années civiles conventionnelles.

À l'échelle mondiale, 2020 a été une année tumultueuse, étrange et difficile. À Paris, nous avons vécu deux périodes de confinement, des couvre-feux et de longues périodes de fermeture du secteur culturel. Cette situation a non seulement affecté nos activités régulières, mais a également impacté négativement nos partenaires et nos amis. Comme souvent, ceux qui vivaient déjà de grandes difficultés ont été le plus durement frappés. Cette année a ainsi été marquée par de nombreuses souffrances chez les jeunes migrants et réfugiés vivant à Paris, avec plus de 300 d'entre eux livrés à eux-mêmes dans la rue pendant la première période de confinement, et d'autres jeunes confrontés à de violentes attaques policières pendant la seconde période de confinement. Bien que ces jeunes ne soient pas tous de jeunes membres de Soul Food, les événements de 2020 ont été tels qu'il a fallu nous adapter. Forts de notre foi en cette communauté, nous avons choisi de développer nos activités de plaidoyer et nous avons fait tout ce qui était en notre pouvoir pour aider les mineurs non accompagnés et les jeunes réfugiés. Ces changements d'activité incarnent néanmoins toujours notre mission et nos valeurs, et sont détaillés tout au long de ce rapport annuel.

---

1 Soul Food est devenue une entité légale (association loi 1901) en novembre 2018

# Le mot de la Présidente







## Kryssandra Heslop

co-fondatrice, directrice artistique et présidente

Alors que les premiers dix-huit mois de Soul Food ont été emplis de hauts et de bas, de moments enthousiasmants, de grandes réussites mais aussi jalonnés de très nombreux obstacles à surmonter, je dois dire que ces seize derniers mois ont une nouvelle fois ressemblé à des montagnes russes. L'année a d'abord commencé dans les nuages, avant de se poursuivre sur une traversée de sombres tunnels, pour se terminer sur l'espoir d'un avenir meilleur à portée de main. L'année 2019 s'était terminée sur une note positive, avec l'une de nos plus grandes réalisations et, si 2020 a commencé par une merveilleuse célébration du 2e anniversaire de Soul Food (une autre autres de nos plus belles réalisations), elle s'est rapidement transformée en une situation inimaginable. Je suis très fière de dire que, bien que notre organisation soit petite, Soul Food a survécu et continuera de survivre. Nous restons plus que jamais déterminés à accompagner les jeunes migrants et réfugiés afin qu'ils atteignent pleinement leur potentiel. Nous restons inspirés par ces jeunes, et par les expériences artistiques que nous partageons à leurs côtés.

Malgré les événements locaux et mondiaux qui ont impacté très négativement notre communauté pendant cette période, nous avons réussi à sceller de nouveaux partenariats, à accueillir de nouveaux jeunes membres et bénévoles et à organiser notre premier événement culturel. Les jeunes membres de Soul Food ont participé à la création d'une œuvre unique, qu'ils ont également interprétée sur scène. Ils ont en outre écrit et prononcé des discours en public et nous ont aidés à fournir des aides d'urgence. Nous avons créé de nouveaux programmes et activités et organisé de merveilleuses excursions culturelles. Après les deux périodes de confinement, nous avons rejoint d'autres organisations sur le terrain et nous nous sommes engagés, au côté de nos jeunes membres, pour aider d'autres jeunes migrants et réfugiés sans-abri. Si nos activités ont évolué, notre mission et nos valeurs fondamentales sont restées les mêmes.

Nous avons pu bénéficier cette fois-ci de davantage de soutien qu'auparavant. Grâce à nos généreux donateurs et bénévoles, nous avons pu accomplir des missions que nous n'avions pas pu réaliser auparavant, aider de manière différente et planifier un avenir durable pour Soul Food. Merci pour votre aide, vos encouragements, vos dons, vos messages attentionnés et votre soutien. Merci de nous accorder de votre temps, de nous offrir de votre énergie et de vos compétences pour nous aider à atteindre nos objectifs. Nous sommes vraiment reconnaissants envers cette communauté incroyablement diverse que nous avons créée et nous sommes impatients de la voir grandir.

Par-dessus tout, je dois remercier nos jeunes membres, dont le courage et la foi en un avenir digne d'être vécu continuent de nous inspirer chaque jour. Leur résilience et leur persévérance est héroïque.

En revenant en arrière sur cette période tumultueuse, je remercie vraiment Soul Food. Même durant les heures les plus sombres, la lumière de cette association a continué de briller. Nous suivons l'exemple de nos jeunes membres et nous nous projetons dans le futur avec optimisme, créativité et espoir. J'ai hâte de voir ce que nous accomplirons l'année prochaine !



# Qui sommes-nous : Soul Food





*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. Tout le monde a le droit d'être inspiré.*

Ces convictions sont au cœur de notre mission. Nous exposons les jeunes migrants et les réfugiés à l'art et à la culture, afin de créer des espaces créatifs sûrs qui leur offriront ensuite l'inspiration nécessaire pour se frayer un chemin dans un monde cruel, injuste, et qui les condamne souvent.

Nous espérons qu'ainsi ils apprendront, grandiront et s'ancreront dans quelque chose d'inspirant pour eux, qui leur permettra ensuite de s'épanouir pleinement. Nous pensons que cela leur permettra également de s'intégrer dans leurs (nouvelles) communautés locales de manière naturelle, productive et positive.

## Mission

La mission de Soul Food reste d'exposer les jeunes migrants (et les réfugiés) à des manifestations culturelles et à des environnements artistiques, tels que des concerts, des rencontres d'artistes et des visites de musées, dans le but de stimuler l'esprit et l'intérêt pour la culture, de faciliter les expériences d'intégration positive et d'encourager l'autonomie culturelle des jeunes migrants dans leur nouveau pays. Nous travaillons à la réalisation de ces objectifs dans l'espoir qu'à chaque nouvelle expérience culturelle, les jeunes migrants se feront non seulement de nouveaux amis et oublieront leurs problèmes, mais auront également gagné le sentiment de faire partie de la vie et de la culture française, sans être 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 afin de trouver l'équilibre propre à leur situation. Nous leur montrons que les cultures sont compatibles entre elles. Pour ce faire Soul Food organise des excursions culturelles mêlant parfois de jeunes français, en créant des espaces sûrs de dialogue ouvert et des occasions de rencontrer des habitants et de vivre une expérience culturelle qu'elle soit artistique, musicale ou culinaire à la manière de la population locale.

## Vision

Au travers de notre travail, nous contribuons à promouvoir une intégration durable et positive au sein des communautés d'immigrants en France. Nous imaginons une France avec des musées, des restaurants, des théâtres et des salles de concert remplis de gens du monde entier; non seulement les touristes, mais aussi les migrants et les habitants. Nous concevons un monde où les migrants ont ce type de visibilité positive, et non pas un monde où on ne les voit qu'à la périphérie de nos villes dormant sous des tentes dans des camps de fortune.

## Objectifs

Notre objectif est d'aider à fournir un accès aux musées, théâtres et autres lieux culturels aux jeunes migrants du monde entier. Nous visons notamment à combler avec une stimulation intellectuelle et culturelle, à travers nos activités et nos excursions, les périodes de temps imposées par les lenteurs du système administratif français, durant lesquelles ils se voient refuser la scolarisation. Nous utilisons l'art comme une forme d'éducation informelle et encourageons l'autonomie grâce à ces méthodes.

## Politique de protection de l'enfance et de la jeunesse<sup>2</sup>

Vers la fin de l'année 2020, nous avons finalisé notre politique de protection de l'enfance et de la jeunesse, qui suit les principes fondamentaux de la Convention des Nations Unies relative aux Droits de l'Enfant. Dans le futur, chaque rapport annuel influera des informations concernant les progrès, accomplissements et leçons tirées de l'année écoulée en matière de protection de l'enfance et de la jeunesse.

<sup>2</sup> La politique de protection de l'enfance et de la jeunesse de Soul Food peut être retrouvée sur notre site internet.

## 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

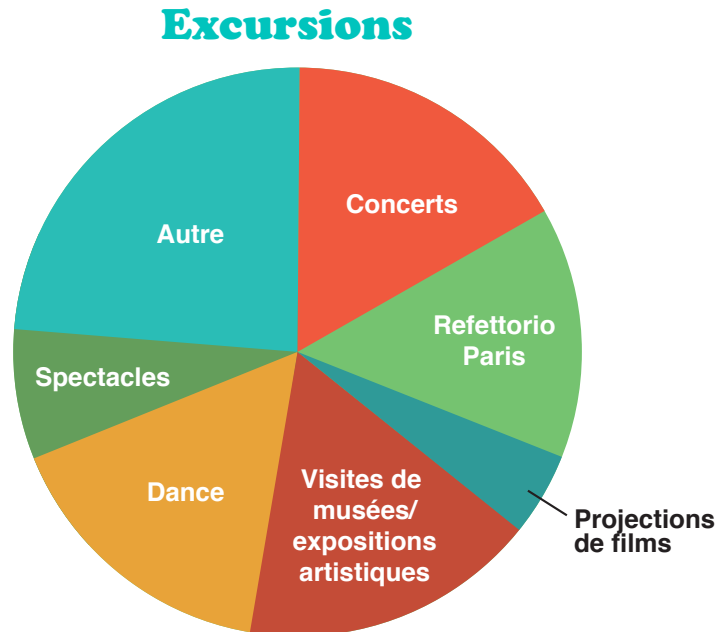
Ces principes et valeurs sont issus de notre accord avec les bénévoles et le personnel de Soul Food, et nous sommes tenus de les respecter, tout comme les personnes travaillant à nos côtés.

# Excursions culturelles et activités artistiques



## Répartition des excursions et activités

Nous avons réalisé 94 excursions à ce jour ! 42 d'entre elles ont été effectuées au cours de la période couverte par ce rapport.



Nos principales actions demeurent les activités artistiques et les excursions culturelles. A travers ces actions, nous continuons de faciliter, de manière innovante, une éducation non-traditionnelle, la découverte, la création et l'expression de soi. Certaines activités, comme les ateliers de danse, sont participatives, tandis que d'autres, comme les projections de films, sont de nature observationnelle.

Soul Food compte actuellement 96 jeunes membres. Certains sont de jeunes leaders au sein de l'organisation et participent régulièrement aux activités et à l'organisation, tandis que d'autres participent à des excursions culturelles plus sporadiquement.

## Activités d'observation

Entre septembre 2019 et décembre 2020, Soul Food s'est rendu à :



<sup>3</sup> Les dîners au Refettorio Paris sont parfois l'occasion pour nous d'organiser des initiatives participatives, à savoir les activités de notre club d'anglais. Les "dîners ordinaires" font référence à des événements au cours desquels nous nous sommes rendus au Refettorio pour simplement nous retrouver autour d'un repas.

## Activités participatives

Sur ces 42 excursions, 20 étaient de nature participative. Celles-ci incluent:

- 2** diners du club d'anglais au Refettorio Paris<sup>4</sup>
- 5** leçons de piano individuelles
- 5** expériences actives de danse, incluant des ateliers et une représentation
- 2** soirées de jeux en anglais
- 2** expériences de bénévolat<sup>5</sup>
- 1** évènement organisé par Soul Food

## Jeunesse locale

Nous convions parfois de jeunes locaux, notamment issus de lycées parisiens, à participer aux excursions et activités de Soul Food. Leur présence aide à promouvoir une intégration positive et donne à nos jeunes membres la possibilité de socialiser avec des jeunes de leur âge, dans un environnement de confiance, ce qu'ils ne sont pas toujours capables de faire seuls.

## Tutorat et leçons de langue informelles

Avant le début de crise sanitaire, Soul Food avait rejoint des cours d'anglais dispensés par des bénévoles de l'American Graduate School de Paris à des réfugiés associés à SINGA France. Avec la pandémie, cette participation n'étant plus possible, nous nous sommes adaptés. Des bénévoles de Soul Food ont ainsi proposé des leçons d'anglais et de français informelles par téléphone et via Zoom. Ces cours ont également permis à nos jeunes membres de bénéficier de contact humain pendant les longues périodes de confinement, durant lesquelles nous avons tous été contraints de rester chez nous. Pour répondre aux besoins de certains jeunes membres, des cours de mathématiques ont également été proposés. Si les tuteurs et professeurs de langues sont en contact permanent avec Soul Food, ils enseignent indépendamment de l'organisation. La fréquence des cours varie, mais chaque leçon ou appel dure généralement 1 à 2 heures. Actuellement 13 jeunes membres de Soul Food bénéficient de ces services. Certains travaillent avec plusieurs bénévoles, bénéficiant ainsi de plusieurs heures de tutorat par semaine.

## Le club d'anglais

Nous avons poursuivi les activités de notre club anglais, notamment au travers de repas gastronomiques solidaires au Refettorio Paris et de visites guidées d'expositions d'art contemporain en anglais. Nous avons également organisé des soirées de jeux en anglais avec des stagiaires américains de Soul Food, qui ont créé des jeux simples à la demande de jeunes membres, afin de les aider à apprendre et à développer leur vocabulaire en anglais de manière amusante et créative.

<sup>4</sup> Il s'agit de deux des six activités du club d'anglais incluses dans ce rapport annuel. Celles-ci sont intégrées dans les activités participatives car nous avons organisé des jeux en anglais et travaillé sur le vocabulaire et les compétences de conversation.

<sup>5</sup> Nos co-fondateurs et une poignée de jeunes membres, connus de longue date et bénéficiant d'une situation stable, se sont associés à d'autres organisations à but non lucratif pour faire du bénévolat à deux reprises pendant cette période. La première fois, nous sommes allés dans un camp temporaire au centre de Paris pour rencontrer des mineurs isolés sans-abri et vivant dans des tentes qui leur avait été données. Ces jeunes ont été soutenus par plusieurs associations qui se sont réunies pour leur donner accès à de la nourriture et à des activités, et les défendre. Nous avons discuté avec les jeunes sur place, donné des articles de première nécessité et organisé un atelier de dessin informel. La seconde expérience de bénévolat fait référence à une mission de distribution alimentaire de masse et bien organisée à laquelle nous nous sommes associés, juste avant Noël. Nous avons servi de la nourriture et donné des informations de base sur les ressources disponibles à Paris aux migrants et aux réfugiés présents.

## Programme d'échange de livres

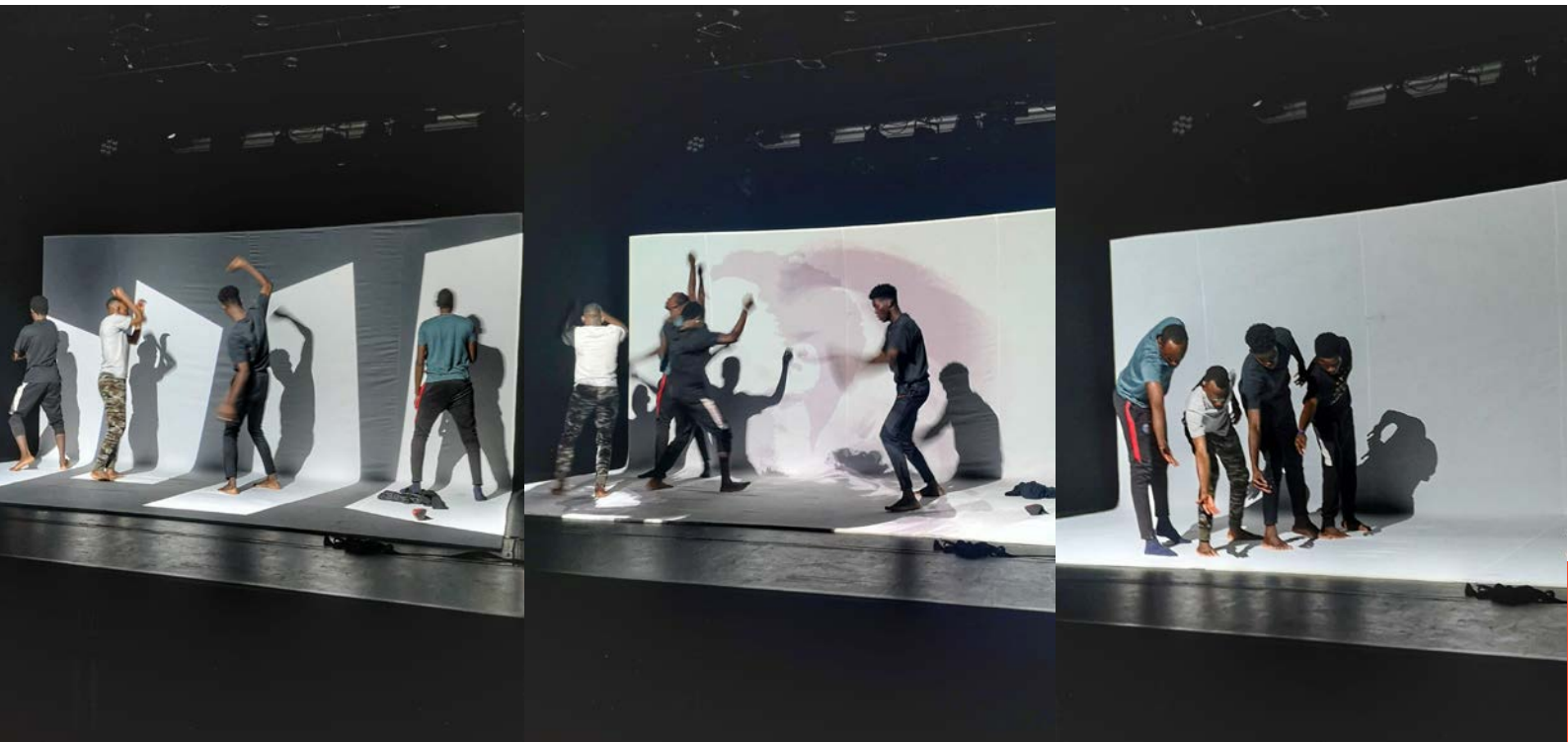
Nous avons continué d'échanger des livres avec nos jeunes membres lorsque cela était possible, afin d'occuper leur temps libre de manière productive, d'encourager la lecture et d'améliorer leur connaissance de la langue française.

## Temps forts de l'activité

### WAYS X Projet de danse de Soul Food

En octobre et novembre 2019, plusieurs jeunes membres de Soul Food ont participé à une poignée d'ateliers de danse, animés par la danseuse Martina Ricciardi et la vidéaste Laurène Lepeytre, toutes deux membres de la compagnie de danse EN CORPS DES MOTS.

Ces ateliers ont permis la création d'une œuvre originale par quatre jeunes membres de Soul Food, incorporant des éléments de leurs voyages migratoires et de leur histoire familiale, présentée devant plus d'une centaine de personnes.



**Le spectacle Ways restera gravé en moi toute ma vie. J'ai ressenti beaucoup d'émotions, ça s'est passé très vite. Je ne savais pas du tout à quoi m'attendre avant de monter sur scène. Ce nous que nous avons dansé est arrivé automatiquement. Martina nous a demandé de nous amuser. Quelque chose a changé en moi depuis. »**

**— Ousmane, jeune membre de Soul Food, 19 ans**



## 2ème anniversaire de Soul Food

L'anniversaire de Soul Food en février 2020 était le premier événement organisé par l'organisation. Nous avons collaboré avec nos partenaires et avec des bénévoles pour créer un mini festival culturel qui incarnait la mission de Soul Food et presque tous les aspects de nos activités.

Les jeunes membres de Soul Food étaient au cœur de l'événement et ont aidé à son organisation et à sa tenue. Certains membres du programme de développement professionnel ont préparé du pain frais, imaginé et cuisiné la plupart des plats servis. Nos partenaires de L'Ami Jean, du Refettorio Paris et de La Pointe du Grouin ont accordé de leur temps, offert leurs compétences et leurs ressources pour accompagner nos jeunes membres dans cette entreprise ambitieuse. Le plat principal a été préparé au Refettorio Paris quelques jours auparavant. Si une partie a été mise de côté pour l'événement Soul Food, une grande partie avait été servie aux convives du Refettorio.

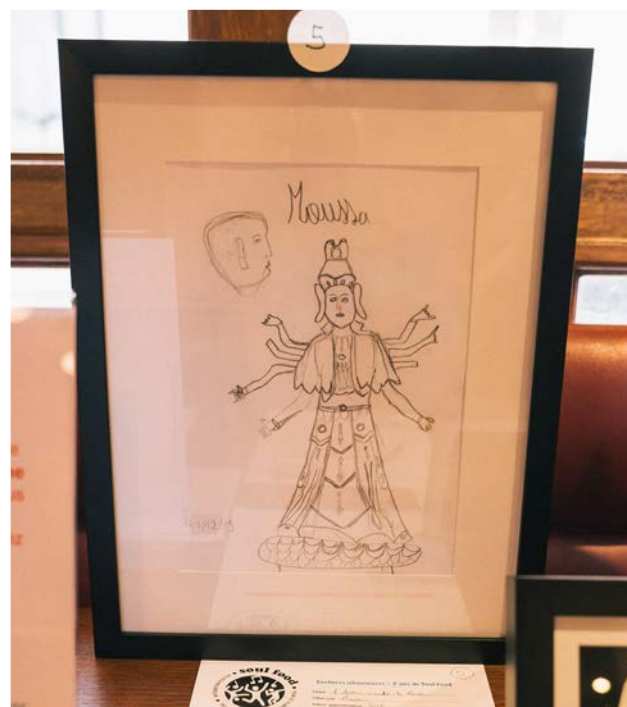
Parmi les autres moments forts de l'événement, citons un atelier de dessin, une vente aux enchères silencieuse, qui a permis aux donateurs d'acquérir des œuvres d'art originales, des livres et des billets de concert, généreusement offerts par des artistes de l'école Marchutz d'Aix-en-Provence et nos partenaires – le Centre Culturel Suisse et le FGO Barbara. L'événement était par ailleurs rythmé par de la musique live toute la journée, une projection du spectacle de danse WAYS X Soul Food et des discours prononcés par de jeunes membres de Soul Food.



*Flyer d'anniversaire par Marin Zhadok*

Il s'agissait de ce que nous espérons être le premier de nombreux événements originaux de Soul Food. Cet événement a permis de vraiment montrer ce que Soul Food signifie et est capable de créer. C'était également une opportunité idéale pour collecter des fonds, de manière unique, en incarnant complètement notre mission et nos valeurs. En faisant venir des gens dans notre monde pour la journée, il a été possible de démontrer le potentiel de nos jeunes membres et l'importance que Soul Food leur apporte, ainsi qu'à la communauté.









Photos : @shotbymoki



# Programme de développement professionnel



## Répartition du programme

31 jeunes membres de Soul Food participent au programme de développement professionnel. La structure du programme reste flexible car nous devons nous adapter aux besoins et contraintes administratives de nos jeunes membres au fur et à mesure qu'ils se présentent.

Cependant, dans le cadre de ce programme, les jeunes membres doivent assister à une réunion d'orientation où les règles et les informations importantes sont discutées. Ils doivent également signer un contrat avec Soul Food, dont une copie est remise à leur (s) superviseur (s) ou employeur (s) lorsqu'ils sont orientés par Soul Food vers une opportunité professionnelle.

Ce contrat permet de responsabiliser chaque jeune membre. Il indique que ces derniers doivent représenter Soul Food avec dignité et respect sur leur lieu de travail, être ponctuels et communiquer tout problème à l'avance. Cela implique l'anticipation des conflits d'horaire qui peuvent se présenter avec les agenda des jeunes, Soul Food et leur (s) superviseur (s). Ce contrat stipule également qu'ils doivent détenir un compte email. C'est l'une des choses sur lesquelles nous les accompagnons, en cas de besoin, tout comme pour l'utilisation de l'agenda numérique présent sur la plupart de leurs téléphones.

Dans la mesure du possible, nous fournissons également un soutien dans d'autres domaines qui sont directement liés à leur vie professionnelle, comme l'apprentissage des langues. Pendant le confinement, nous leur avons également envoyé des ressources en ligne et des liens vers des sites créatifs liés à leurs préférences professionnelles. Ces ressources comprenaient notamment des conseils concernant la tenue d'entretiens et des exemples de divers projets créatifs et professionnels dans leur domaine.

Les jeunes membres du programme de développement professionnel bénéficient en outre d'heures d'assistance administrative et de médiation par Soul Food, conduites entre leurs employeurs, les professionnels de l'éducation, les services de l'aide sociale à l'enfance, et les préfectures des territoires concernés (lettre de recommandation et plaidoyers si besoin) pour assurer la réussite de leur transition professionnelle et préserver leur statut juridique en France.

Nous restons également en contact permanent avec nos partenaires, leurs employeurs, pour veiller à ce que la sécurité des jeunes et leur bien-être restent toujours prioritaires, pour les aider en cas de situation d'urgence, et, pour s'assurer que les jeunes membres atteignent pleinement leur potentiel tout au long de leur expérience professionnelle.

En travaillant avec des artistes culinaires et des artisans de la mode et du design, Soul Food et favorisant une intégration positive à travers des expériences culturelles et artistiques, nous offrons des opportunités professionnelles dans des domaines directement liés à l'art et à la culture. Nos partenaires proposent des opportunités de bénévolat, de stage et d'apprentissage dans les métiers suivants :

### Culinary Arts



Chef



Boulangier



Pâtissier

### Fashion and Design



Charpentier /  
designer



Professionnel  
de la mode  
(divers postes)

## Partenaires

Nous travaillons avec de nombreux chefs, boulangers, artistes et designers de premier plan pour proposer des opportunités professionnelles à nos jeunes membres. Nous nous concentrons toujours sur la qualité de nos partenariats et non sur la quantité. Nous ne recherchons ainsi que des opportunités prestigieuses auxquelles nos jeunes membres n'auraient pas accès autrement. Nous travaillons en outre uniquement avec des professionnels et des établissements qui respectent nos valeurs, et traiteront nos jeunes membres avec équité, respect et dignité.

Les établissements et ateliers suivants sont des lieux où nous cherchons à orienter les jeunes membres de Soul Food vers le programme de développement professionnel, en tant que bénévoles, stagiaires et / ou apprentis :

- L'Ami Jean
- Refettorio Paris
- 10 Belles Bread
- La Dalle
- A.Noste
- La Pointe du Grouin
- Maison Château Rouge
- B.O.U.L.O.M
- Victor Rossi's workshop
- Ben Lamyne's workshop



**Entre septembre 2019 et décembre 2020, 14 jeunes membres de Soul Food ont bénéficié de 30 opportunités professionnelles dans 9 établissements différents.**



# Soul Food pendant la pandémie





## Soul Food au temps de la crise sanitaire

Le soir où le président Emmanuel Macron a proclamé la première de ce qui allait devenir une longue série d'annonces liées à la crise sanitaire et aux mesures de sécurité, nous participions à une excursion un peu différente des autres. Nous avons organisé un dîner de remerciement pour les bénévoles, y compris nos jeunes membres, qui avaient contribué à faire du 2e anniversaire de Soul Food un tel succès. Nous ne savions pas qu'il s'agirait de la dernière fois que nous verrions toutes ces personnes pendant des mois.

Il est rapidement devenu évident que non seulement nous devions annuler toutes nos excursions et activités en présentiel, mais aussi que nous devions nous adapter à la situation de multiples manières. Nous sommes d'abord passés en mode urgence, pour assurer la sécurité de nos jeunes membres. Nous leur avons envoyé des messages (et nous avons continué à le faire tout au long de la pandémie, notamment lorsque de nouvelles règles étaient établies) pour prendre de leurs nouvelles, leur transmettre des informations de santé et de sécurité. Nous leur communiquions également d'autres éléments tels que lieux de distribution de nourriture, tout en leur demandant de nous faire savoir dès que des besoins survenaient. Certains de nos jeunes membres avaient réellement besoin d'aide. Nous avons fait ce que nous pouvions pour les accompagner, souvent en coordination avec d'autres partenaires, pour nous assurer que nos jeunes membres malades, sans abris et sans nourriture, recevaient toute l'aide dont ils avaient besoin. Nous avons ensuite entendu parler des plus de 300 mineurs isolés livrés à eux-mêmes dans les rues de Paris et sa banlieue, et nous avons donc décidé de contribuer à des campagnes de plaidoyer et de lancer notre propre campagne. Nous avons également utilisé une petite partie de nos fonds pour fournir de l'aide d'urgence, par exemple en finançant le crédit téléphonique de beaucoup de ces jeunes, pour veiller à ce qu'ils ne soient pas totalement isolés.<sup>7</sup>

Bien que nous fussions conscients de l'importance de ces nouvelles activités pour Soul Food, nous tenions en outre à rester fidèles à notre mission originelle en trouvant des moyens d'adapter nos objectifs culturels et artistiques à cette situation de crise sanitaire. Nous avons ainsi lancé notre blog plus tôt que prévu et nous avons également envoyé des emails (titrés « Culture from Home! ») afin d'encourager nos jeunes membres à poursuivre leur exploration culturelle et leur éducation non-traditionnelle à travers une série d'activités.

Nous avons eu la chance d'être contactés par certains de nos partenaires, qui nous ont généreusement offert leur aide. C'est ainsi que nos cours de langue informels ont commencé. Nous avons associé nos jeunes membres à des bénévoles qui les appelaient une fois par semaine pour les faire pratiquer l'anglais

Illustration d'après le dessin d'un jeune membre, issue d'un projet d'art virtuel durant la pandémie (avec l'aide du Centre culturel Suisse et de l'artiste Cécile Bouffard).

<sup>7</sup> Certaines de nos expériences de plaidoyer et de bénévolat menées durant la pandémie sont décrites dans les articles de blog qui se trouvent sur notre site Web.





Visite à la foire aux livre du Centre culturel Suisse à Paris.

ou le français. Ces cours se sont ensuite étendus à du tutorat en mathématiques et à des leçons de langue via Zoom, parfois en petits groupes. Ces leçons ont également permis de créer des interactions humaines, à une époque où beaucoup étaient plus marginalisés que jamais.

### **La culture depuis la maison !**

L'un de nos projets durant la crise sanitaire a été d'envoyer une série d'emails emplies d'activités artistiques et culturelles. Depuis le début de la pandémie, nous avons ainsi envoyé 22 emails à 40 jeunes membres de Soul Food. Voici des exemples du types de contenu que nous leur avons transmis :

- Une production contemporaine de Roméo et Juliette au Globe Theatre de Londres ;
- Des épisodes de podcast dédiés à des sujets culturels, tels que la mythologie égyptienne, afin de développer leur compétence et leur compréhension linguistique ;
- Des exercices de grammaire en anglais et en français ;
- Des visites virtuelles de musées, dont une visite à l'Institut culturel islamique et une autre au théâtre-musée Dalí ;
- Des expositions en ligne sur plusieurs villes et pays du monde (voyages et culture), dont une sur les marchés de Lagos, au Nigeria et une autre sur le street art à Moscou ;
- Un documentaire qui suit un groupe de femmes dans une prison française, dont les vies ont été transformées en dansant avec un chorégraphe professionnel.

# Communication, équipe et bénévoles



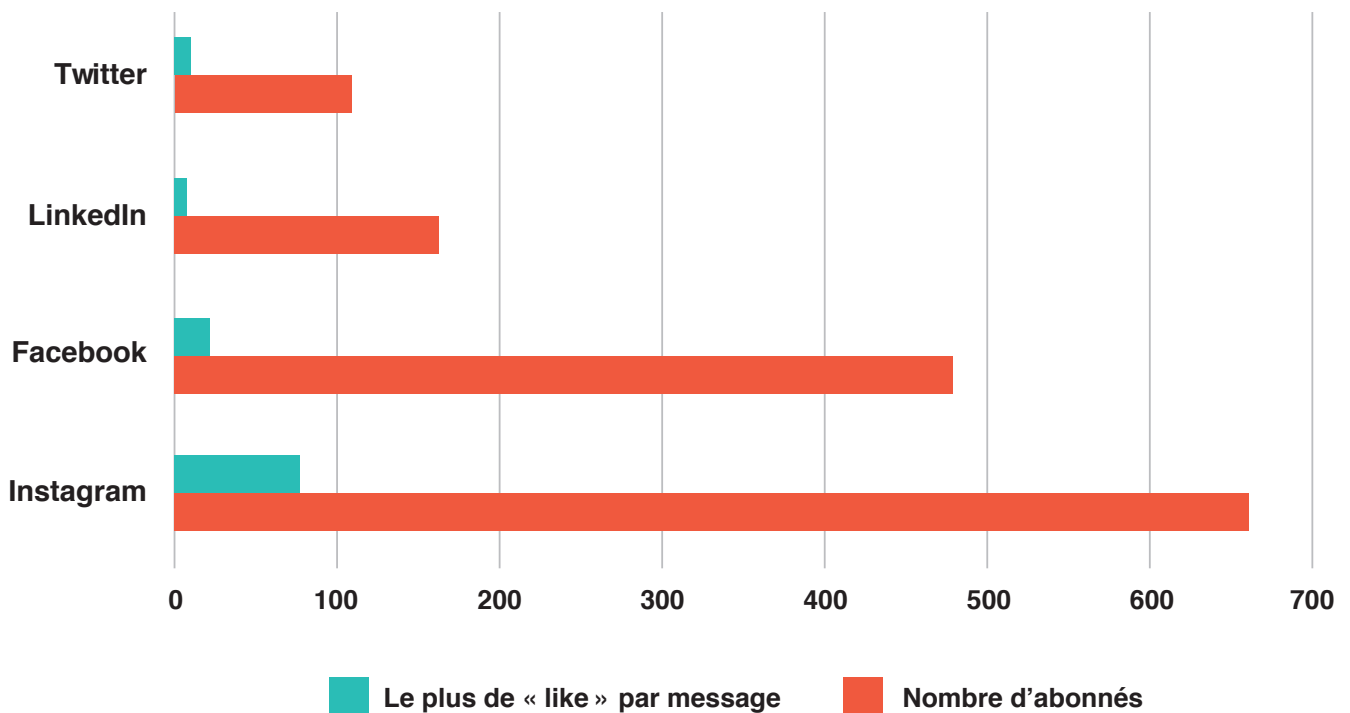
## Communication numérique

### Réseaux sociaux

Nous sommes restés actifs sur les mêmes réseaux sociaux. Nos followers et supporters peuvent continuer à nous suivre sur [@soulfoodparis](#), et via le hashtag [#SoulFoodForMigrantYouth](#), pour voir et lire sur nos activités. Nous continuons d'utiliser les réseaux sociaux pour communiquer avec notre communauté, entrer en contact avec des partenaires potentiels, soutenir d'autres organisations qui défendent nos valeurs et faire preuve d'autant de transparence que possible sur nos activités et initiatives. De plus en plus, nous les utilisons également pour défendre les droits des migrants et des réfugiés.

Instagram reste la plateforme sur laquelle nous avons le plus d'engagement et d'activité. Instagram a également dépassé Facebook en termes de nombre d'abonnés. Les liens directs vers nos nouveaux articles de blog sont le plus souvent postés sur Facebook et Twitter. Nous publions également les photos de nos activités sur Instagram, Facebook et Twitter. En 2020, nous avons par ailleurs publié une offre d'emploi sur LinkedIn pour la première fois.<sup>8</sup> Notre utilisation d'Instagram, Facebook et Twitter à des fins de plaidoyer a considérablement augmenté depuis le début de la pandémie.

### Réseaux sociaux - chiffres clés



### Campagnes

A l'occasion du deuxième anniversaire de Soul Food, nous avons créé une campagne sur les réseaux sociaux autour des « 7 raisons pour lesquelles nous faisons ce que nous faisons ». L'objectif était de communiquer davantage sur le contexte de notre travail et d'expliquer son impact.

Comme précédemment, nous nous sommes également associés à plusieurs campagnes mondiales pour les droits de l'homme, telles que la Journée mondiale des enfants et la Journée mondiale des réfugiés. Nous l'avons fait à travers nos publications et histoires sur les réseaux sociaux.

<sup>8</sup> L'embauche concernait un poste qui a débuté en 2021 et sera donc incluse dans le rapport annuel de l'année prochaine.



## Blog

La création d'un blog faisait partie de notre liste de projets futurs. Avec le premier confinement, nous avons compris que les activités en présentiel seraient suspendues et que nos actions se tourneraient davantage vers le plaidoyer. Nous avons ainsi estimé qu'il était important de le lancer rapidement. Les trois grands thèmes du blog de Soul Food sont l'art, la culture et la migration. Les articles bien rédigés et pertinents pour l'une de ces trois catégories peuvent être publiés sur notre site internet. La plupart des articles sont traduits et peuvent donc être lus en anglais et en français.

En parallèle des réseaux sociaux, nous utilisons notre nouveau blog comme plateforme pour communiquer et défendre les droits des minorités. Nous exprimons notre opinion sur des divers sujets, comme lorsque 300 mineurs isolés ont été livrés à eux-mêmes dans la rue pendant la première période de confinement, en soutien au mouvement mondial Black Lives Matter ou lorsque la police a commis de violentes attaques contre les migrants fin 2020. Dans la mesure du possible, nous avons également essayé de publier des informations sur les moyens pour les gens du monde entier d'aider et d'apprécier l'art et la culture, depuis chez eux, alors que nous étions tous encouragés à rester à la maison pendant la pandémie.

Notre blog est également un excellent moyen pour élargir notre communauté. Il nous a permis de convier des auteurs qui ont publié des articles. Cela a contribué à diversifier le contenu du blog et d'attirer de nouveaux lecteurs.

Jusqu'à présent, nous avons publié au total 17 articles sur notre blog, dont l'un n'a pas été traduit. Parmi ceux-ci, 5 ont été écrits par 4 différents auteurs-invités. Si plusieurs articles détaillaient les expériences d'activistes et de bénévoles accompagnant sur le terrain des jeunes vulnérables, d'autres étaient des appels à l'action mais aussi des partages de liens vers des activités culturelles. Quelques-uns des sujets abordés (sans ordre particulier) comprenaient :

- l'éthique derrière l'enseignement de langues coloniales comme l'anglais et le français,
- une liste des meilleures visites de musées virtuels,
- l'histoire de Soul Food,
- un résumé d'une mission menée par les co-fondateurs de Soul Food, au côté d'autres bénévoles, pour tenter d'obtenir un logement sûr pour les mineurs isolés pendant la première période de confinement,
- une lettre ouverte adressée aux élus en France concernant le traitement épouvantable des jeunes migrants et réfugiés pendant la crise sanitaire,
- l'obligation morale des musées d'utiliser leurs ressources en période de difficultés pour s'adapter et aider les autres,
- comment le racisme se manifeste aux Etats-Unis et en France,
- et des initiatives internationales pour contribuer à la société de manière positive et créative tout au long de la pandémie.

Notre blog s'est même parfois transformé en une exposition virtuelle de photographies, des photos étant toujours incluses dans nos articles. Plusieurs d'entre elles sont prises par des photographes et des personnes passionnées par cette forme artistique.

## Presse et interviews

Soul Food a été contacté par des journalistes et d'autres personnes intéressées par certaines des initiatives de notre organisation. Ces entretiens ont parfois abouti à la publication d'articles et de contenus en ligne.<sup>9</sup> Au cours de la période couverte par ce rapport, deux articles d'actualité ont été

<sup>9</sup> Soul Food a été approché par des journalistes pour des articles qui ne sont pas mentionnés ici, principalement parce que malgré un temps considérable accordé par Soul Food, soit ces autres articles n'ont pas encore été publiés, soit ils



publiés par [InfoMigrants](#) et [France24](#), et deux autres [articles](#) ont été publiés sur le site internet de l'American Graduate School à Paris. La cofondatrice de l'organisation, Kryssandra Heslop, a également été [interviewée](#) pour un podcast de World Radio Paris intitulé « C'est la vie ». Ces publications peuvent être retrouvées sur le site Internet de Soul Food.

## Equipe et bénévoles

### Equipe

Actuellement, les co-fondateurs, Kryssandra Heslop et François Le Louarn, restent les principaux collaborateurs de Soul Food. Kryssandra est présidente de l'association et directrice artistique de Soul Food et François est le secrétaire, ainsi que l'expert juridique de l'association. Tous deux continuent de collaborer sur presque tous les aspects de l'organisation, tout en utilisant chacun leurs compétences spécifiques pour mener à bien des projets et des tâches individuels.

### Bénévoles

Soul Food a continué à bénéficier de l'aide de bénévoles en France et aux États-Unis. Cette aide a été vitale pour développer nos programmes.

### Stagiaires

Au cours de la période couverte ce rapport, trois stagiaires ont travaillé au sein de Soul Food. Tous appartenaient au CEA, un programme américain d'études à l'étranger. Deux d'entre eux ont effectué leur stage simultanément.

### Jeunes leaders

Nous nous sommes davantage focalisés sur le travail de jeunes membres de Soul Food, suffisamment établis dans leur nouvelle vie et intéressés pour contribuer aux processus de prise de décision derrière les activités de Soul Food. Ces derniers ont parfois fait du bénévolat, comme lors du 2e anniversaire de Soul Food. Nous souhaitons continuer à développer et à défendre cette implication, afin de garantir que Soul Food reste utile et important pour les jeunes que l'organisation accompagne.

### Accord avec les bénévoles et le personnel de Soul Food

Comme moins d'activités en présentiel étaient possibles pendant la pandémie, plus de temps a été alloué au travail en coulisse, comme la création de l' "Accord avec les bénévoles et le personnel de Soul Food ". Cet accord est désormais distribué à tous les stagiaires, employés et bénévoles de Soul Food.



L'âge des mineurs non-accompagnés est souvent contesté par les représentants de l'Etat, qui barrant l'accès à l'aide sociale à l'enfance et la mise à l'abri d'urgence des jeunes. Ce jeune participe à la création d'une banderole au camp du square Jules Ferry Paris 11ème.

# Ressources financières



## Financement

### Dons financiers directs

Les dons continuent d'être la principale contribution financière à l'organisation et demeurent extrêmement importants pour permettre les initiatives, la croissance et la durabilité de Soul Food. Entre septembre 2019 et décembre 2020, aucun membre du personnel n'a été payé, ce qui signifie que 100% des dons et autres fonds collectés sont allés aux frais de fonctionnement ou au soutien de la mission principale.

### Autres sources de financement et de dons

En 2020, le 2e anniversaire de Soul Food a été non seulement une célébration, mais aussi un événement de collecte de fonds. Nous avons vendu des billets pour assister à ce mini-festival et les participants ont eu l'occasion de participer à une vente aux enchères silencieuse, où ils pouvaient acquérir des œuvres d'art originales et d'autres objets culturels, offerts par certains partenaires et artistes de Soul Food. Cette collecte de fonds a été spéciale et importante pour l'organisation, car elle incarnait pleinement notre mission et nos valeurs qui visent à créer des espaces de confiance et de partage pour la culture et l'expression artistique, tout en mettant en valeur le talent de nos jeunes membres.

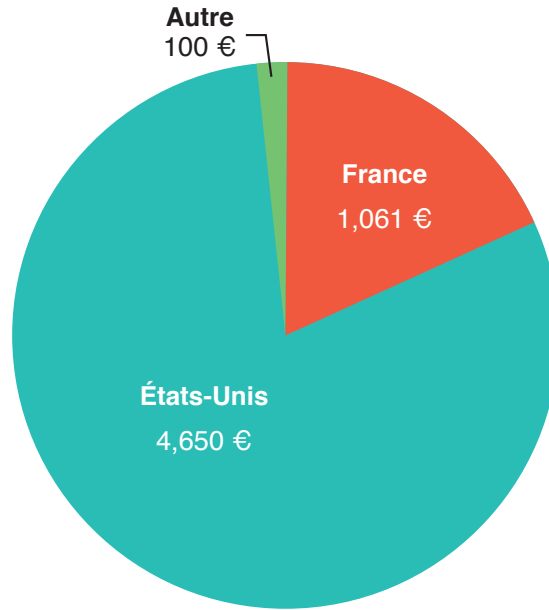
Les autres sources de financement incluent des ressources fournies à titre gratuit, comme la maintenance de notre site internet. Les partenaires, les bénévoles et les soutiens de Soul Food ont également continué de faire don de leur temps et de leurs compétences à l'organisation. Nous avons continué à travailler avec des illustrateurs talentueux, des photographes, des vidéastes, des experts d'organisations à but non lucratif et des graphistes dans les coulisses, pour créer du contenu publié sur notre site internet, pour des campagnes sur les réseaux sociaux, pour des demandes de subventions et pour nos rapports annuels.

### Sources de revenu

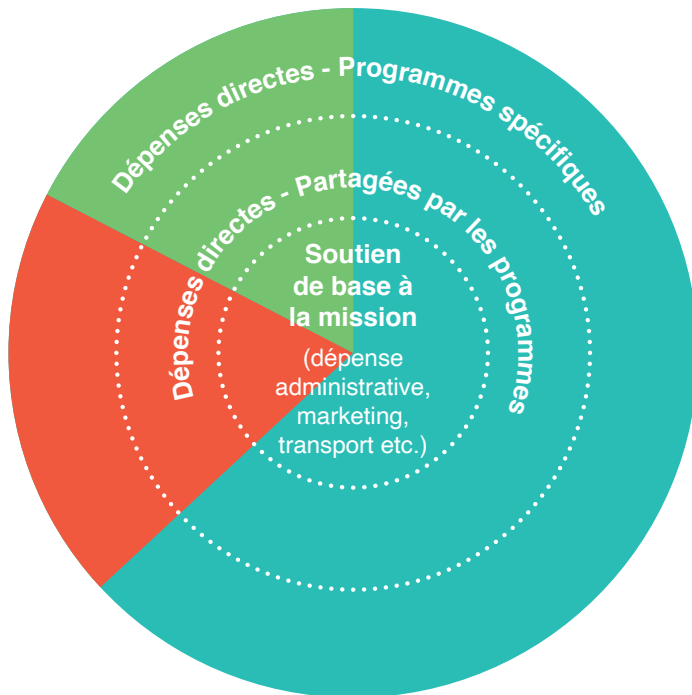


Si le 2ème anniversaire de Soul Food a permis à l'association de collecter des fonds de personnes vivant en France, la communauté de Soul Food reste internationale. Nous avons des soutiens, y compris des donateurs, qui proviennent du monde entier.

## Origine des dons



## Ventilation des dépenses



Nous sommes de plus en plus conscients que le fait de diviser les dépenses en programmes d'un côté et en frais généraux ou administratifs de l'autre n'est pas adapté pour décrire les activités et les dépenses d'une petite organisation à but non lucratif. Cela ne semble pas non plus un mode de fonctionnement durable ou réaliste. Une représentation plus réaliste montre comment les coûts sont partagés au sein des programmes et activités, et que les dépenses traditionnellement classées comme frais généraux et frais administratifs sont des éléments nécessaires pour mener à bien la mission de l'organisation.

Évènements de la communauté	863 €
Sorties culturelles et activités artistiques	266 €
Aide courante aux jeunes et Aide d'urgence	238 €

*Note : la plupart des coûts des excursions culturelles et des activités artistiques sont des dons en nature, ce qui rend ce programme très peu coûteux. Ces dons comprennent des billets de concert, des visites de musées et des ateliers.*

Ce graphique illustre le fait que si certaines dépenses sont spécifiques à des programmes, activités ou événements particuliers, comme les collations pour une excursion spécifique (dépenses directes - spécifiques au programme), d'autres comme les fournitures artistiques utilisées pour plusieurs activités sont partagées (dépenses directes - partagées par les programmes). Les dépenses telles que les frais bancaires et les assurances ne sont pas des frais supplémentaires, mais plutôt des coûts nécessaires à la poursuite de nos programmes de manière légale et pratique, et sont donc des dépenses de soutien de mission de base.



# Un regard vers l'avenir



## Idées futures et projets

Si nous sommes fiers de nos réussites au cours de ces deux dernières années, nous restons toujours tournés vers l'avenir, rêvant toujours d'aller plus loin. Nous continuons à planifier, rechercher et coordonner les futures excursions et activités. Nous nous concentrons également sur la sensibilisation communautaire dans le but de former de nouveaux partenariats et d'élargir la portée de nos actions. Certains de nos efforts se sont focalisés au cours de la dernière année sur l'élaboration d'un plan de développement stratégique.

### Nos priorités stratégiques incluent :

1. Améliorer la visibilité de Soul Food et développer notre communauté
2. Créez une sécurité financière sans faire de compromis
3. Élargir notre portée aux niveaux local et international, pour inclure plus de jeunes migrants et réfugiés

### Proche futur

En 2021, nous prévoyons de continuer de développer les programmes existants et de démarrer de nouveaux projets. La nature exacte de nos activités dépendra néanmoins de l'évolution de la pandémie. A l'heure où nous rédigeons ce rapport, les institutions culturelles et les restaurants sont toujours fermés, toutes les personnes pouvant travailler à domicile sont tenues de le faire et le couvre-feu est instauré en France. Ces contraintes limitent nos activités, les événements et les réunions en présentiel étant pratiquement impossibles. Nous restons également prudents quant à l'organisation d'activités en présence physique, car nous ne souhaitons pas mettre qui que ce soit à risque, en particulier nos jeunes membres, lors d'une telle crise sanitaire.

Début 2021, nous prévoyons de continuer de travailler dans l'ombre pour consolider les fondements de Soul Food, à travers des projets tels que la création de nouvelles politiques et accords et la mise à jour des textes existants. Nous comptons également poursuivre la tenue de cours de langue en ligne et des services de tutorat par téléphone avec nos jeunes membres et bénévoles. Nous consacrerons en outre beaucoup de temps et de ressources à la demande de subventions et à la collecte de fonds, ainsi qu'à la planification d'une célébration différente (probablement virtuelle) du 3e anniversaire de Soul Food en février. Dès que les institutions culturelles rouvriront en toute sécurité, nous prévoyons de redémarrer nos excursions culturelles.

### Long terme

Nos objectifs à long terme restent les mêmes. Nous espérons développer notre portée en France, mais aussi étendre nos programmes et initiatives à l'échelle mondiale et contribuer à la recherche, afin d'améliorer les conditions de vie des jeunes migrants et des réfugiés en Europe et au-delà. Nous continuons de croire à l'impact positif de l'art et de la culture sur la vie de ces jeunes, et nous nous efforçons d'être une force motrice dans l'intégration positive des jeunes migrants et réfugiés à travers le monde.

## Un dernier merci

*Nous sommes extrêmement reconnaissants envers chaque membre de la communauté Soul Food. Chaque « like », abonnement, partage, message positif, heure de bénévolat et don fait la différence. Merci à tous pour votre aide et vos encouragements.*

*À tous nos partenaires, merci d'avoir pris le temps de collaborer avec nous. Nous remercions tout*



*particulièrement les membres du secteur culturel qui ont été affectés pendant la pandémie, mais qui ont malgré tout continué à travailler avec nous. Nous sommes éternellement reconnaissants de votre soutien, en particulier dans ces moments difficiles.*

*Surtout, merci à nos jeunes membres. Comme nous le disons souvent, vous nous inspirez chaque jour. Nous continuons d'être impressionnés par votre courage, votre optimisme et votre force. Merci de nous permettre de continuer à faire un travail aussi important.*

**Merci !**

**#SoulFoodForMigrantYouth**









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

**Photos du 2e anniversaire de Soul Food**

© 2020 @shotbymoki

**Graphisme**

Tim Francis  
Marin Zhadok

**Photographie**

Kryssandra Heslop

**Rédaction**

Kryssandra Heslop

**Conseil**

Janice Levenhagen

**Équipe de traduction**

Penelope Bacle  
François Le Louarn

François Le Louarn, Secrétaire, Cofondateur  
Kryssandra Heslop, Directrice de la création, Présidente, Cofondateur

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



**@soulfoodparis**

