



Inform'Action et la communication de Pop UP

Note préparatoire

1. Pop UP, Virus Culturel...

Pop Up est avant tout une plateforme associative, culturelle et artistique, ancrée sur le territoire de Mons, du Borinage et de la région du Centre. La plateforme a été créée suite à un constat alarmant à l'aube de Mons 2015 : la culture populaire ne disposait pas à Mons, dans le Borinage et dans la région du centre d'une porte d'entrée institutionnelle, légitime et reconnue qui prenne ses acteurs en considération. Dès lors, ils ne pouvaient mener un dialogue constructif avec les décideurs politiques habilités à gérer la culture.

L'ambition de Pop Up était donc dès le départ de construire sur le territoire de Mons-Borinage-Centre un projet commun autour de l'événement culturel « Mons 2015 », afin de mettre en lumière la culture populaire, de donner une plus grande visibilité au secteur socio-culturel et artistique, de favoriser l'expression culturelle, et valoriser les productions de personnes issues de milieux populaires.

Ne disposant d'aucun lieu ni d'aucun moment pour présenter leurs productions, ces milieux souffraient d'une invisibilité consternante, qui reflétait négativement sur la perception qu'ils avaient d'eux-mêmes.

Il était temps de rectifier cela, et de rendre visibles les « invisibles ». Et puisqu'il s'agissait de favoriser l'expression des publics populaires, il était évident qu'il fallait le faire par des méthodologies émergentes et participatives.

Pas question pour Pop UP d'enfermer le rôle de la culture à une fonction exclusivement commerciale dans une vision consumériste. La plateforme entendait bien travailler avec des citoyens devenant acteurs, et non des consommateurs.

2. L'implication d'Inform'Action à l'aube de Pop UP...

Très vite Inform'Action a été impliquée avant même la mise en place de la plateforme Pop UP, de par sa proximité avec le MOC Hainaut-centre, sa collaboration avec le CIEP, le PAC et le CAL sur une campagne antérieure (« Semons des possibles ») et sa connaissance des territoires concernés par Pop UP.

Son expertise dans le secteur de la communication destinée au non-marchand, en matière de conseils, de stratégie, d'accompagnement et de développement d'outils, est tout de suite apparue comme un atout indéniable pour suivre et conseiller les associations et artistes dans l'émergence d'une plateforme culturelle alternative.

Dès 2013, Inform'Action était au rendez-vous des nombreuses réunions qui ont forgé l'esprit Pop UP :

- Tout d'abord, c'est la convergence des constats qui a réuni les premiers acteurs de terrain. Le projet « Mons 2015 » apparaissait comme une énorme machine, ambitieuse et puissante, mais peu en phase avec les réalités quotidiennes des populations de la région de Mons-Borinage-Centre. Aucun espace n'était réellement dédié à la parole et aux attentes des citoyens. Les associations socio-culturelles de terrain, qui travaillent au quotidien avec les citoyens, ainsi que les artistes locaux ne trouvaient pas leur place dans le projet « Mons 2015 ». Ainsi, dès 2013, les artistes et les associations socio-culturelles de la région étaient invités à se présenter, à exprimer leur ressenti et à formuler leurs attentes envers un éventuel projet alternatif. Inform'Action a ainsi pu dès le départ s'imprégner de cet état des lieux et des souhaits qui en découlaient.
- D'autres rencontres ont suivi, qui ont permis de valider la pertinence d'une dynamique collaborative et de mobiliser les énergies indispensables à la réalisation du projet Pop UP. Petit à petit, Pop UP prenait corps, et se construisait une identité, qu'il était temps de définir et d'encadrer.

3. Le besoin pour une plateforme alternative culturelle d'être encadrée par des professionnels de la communication

Pour que la plateforme se constitue en asbl, il fallait d'abord qu'elle ait un nom et une identité visuelle. Les associations et artistes se sont donc penchés sur la question lors de réunions en groupes de travail, avec l'aide d'Inform'Action, qui a joué un rôle d'animateur pour cette mission.

Un fois dotée d'un nom et d'un visuel, « Pop UP Virus Culturel » a ainsi été fondée en asbl le 4 juin 2013 par 6 associations : La Régionale de Picardie du Centre d'Action Laïque, le Mouvement Ouvrier Chrétien Hainaut-Centre, le CIEP Hainaut-Centre, le PAC, la maison des Jeunes de Cuesmes, et la maison Ouvrière de Quaregnon. Deux artistes montois complètent la liste des membres fondateurs : Abdou Mellouki et Jean-Pol Scailquin.

Dans le souci de préserver sa dimension participative et dynamique, Pop UP a initié la mise en place d'une plénière qui se veut le véritable lieu décisionnel des lignes directrices à tracer dans les programmations annuelles.

Pour permettre à de nouveaux membres (artistes ou associations) de rejoindre la dynamique en cours, une charte a été établie, et adoptée en plénière. Il a été demandé à tout artiste et toute association souhaitant intégrer Pop Up de la signer.

De 2013 à 2016, 87 associations et artistes ont fait cette démarche. Elle est donc assez représentative du milieu socio-culturel et culturel montois, du Borinage et de la région du Centre.

De là ont découlé un Groupe Porteur pour baliser les perspectives de Pop Up aux niveaux politique et opérationnel et des groupes de travail internes pour les enjeux concernant le statut des artistes, la communication et la préparation des événements majeurs organisés par la plateforme.

Inform'Action était bien placée pour d'abord conseiller les artistes et associations, et ensuite participer à la production des futurs outils de communications de Pop UP, en étroite collaboration avec ses membres. L'idée sous-jacente était qu'ils puissent se réapproprier les outils en question dans le futur, selon les activités qui seraient mises en place, et être autonomes dans la réalisation de certains domaines de leur communication (affiches, tract,...)

Inform'Action s'est donc retrouvée dès le départ au cœur-même du Groupe de Travail « Communication ».

4. Inform'Action, au service de Pop UP, en amont

Pop Up étant par nature une plateforme d'associations et d'artistes, il était évident que les propositions créatives et les projets multiples allaient foisonner.

Si cet état de fait est en soi-même source de richesse, le risque était grand, d'un point de vue communicationnel, de se disperser et de manquer ainsi d'unité.

Inform'Action, spécialisée dans la communication non-marchande, et forte d'une expérience de presque 40 ans dans ce domaine, était bien outillée pour canaliser les énergies créatives et établir avec tous les partenaires une stratégie de communication à suivre. Tout en gardant à l'esprit, bien sûr, qu'avec le temps, certains changements devraient être opérés, selon les décisions portées en collectivité. Un retour sur les expériences de chacun, une évaluation continue sur l'efficacité des supports produits permettraient ces ajustements inévitables et nécessaires tout au long du processus.

Il ne s'agissait de figer les choses une fois pour toutes sur le plan communicationnel, mais bien de rester ouvert et de s'adapter en tenant compte de certains facteurs qui forment le socle-même de Pop UP : la participation des membres dans le processus-même de Pop Up, en ce inclus sa communication, la multiplicité des publics visés et concernés et les spécificités de chacun.

Il était ainsi évident que centraliser et canaliser la communication de Pop Up ne pouvait se faire qu'en prenant part, corps et âmes, à son évolution tout au long du processus.

Aussi, en amont, Inform'Action au service de Pop Up devait poursuivre les objectifs suivants :

- Etablir avec les membres de Pop Up une stratégie de communication susceptible d'évoluer :
 - » cela voulait dire percevoir les publics visés par chaque association, leur spécificité, et le souci de la plateforme de les faire se rencontrer sur certaines activités, et donc en tenir compte en termes de communication. Ainsi, certaines évidences sont vite apparues, comme par exemple le fait que les publics visés étaient de deux niveaux : le niveau associatif et le public auquel s'adressent les associations.
 - » Assurer la gestion des relations humaines et des modes de prise de décision et créer un organigramme à cet effet
 - » Définir un objectif général de communication
 - » Définir un message à faire passer
- Accompagner les associations et artistes partenaires dans leurs réflexions sur les projets que Pop Up porterait et les conseiller dans leur communication
- Suivre tout le cheminement de Pop Up et des activités proposées, puis acceptées en collectivité et programmées
- Etre garant de l'unité visuelle de Pop UP pour assurer son identification par les publics visés et leur appartenance au processus
- Etablir, avec l'aide des partenaires, des outils de communication de la plateforme Pop Up et des activités qui seraient menées pour en assurer la visibilité et la diffusion
- Permettre une utilisation facile des outils développés, pour qu'ils puissent être utilisés, réutilisés, retransformés par les membres partenaires, favorisant ainsi une plus large diffusion

Le lien avec l'article 1er du décret :

- **Vis-à-vis du public des associations et artistes de Pop UP :**

Pour pouvoir penser la communication d'une plateforme telle que Pop UP, il fallait avant tout pouvoir s'imprégner de l'esprit Pop Up, être à l'écoute des membres fondateurs et adhérents, les associations socio-culturelles et les artistes, afin de pouvoir les accompagner et les conseiller dans leurs démarches.

Ce travail a été facilité par le fait que Inform'Action était présente dès les balbutiements de la plateforme. La nature-même d'Inform'Action faisait que elle partageait dès le départ les mêmes valeurs que ses partenaires : celles de solidarité, d'égalité des chances, de développement durable, de réinsertion, ...

Pop Up étant une première en soi sur le territoire de Mons-Borinage-Centre, il était impossible de prédire à l'avance ce qui allait en ressortir. Mais une chose est sûre : son désir était de rassembler les opérateurs autour de valeurs, constats et revendications partagées pour donner l'impulsion nécessaire à une dynamique associative alternative, le tout dans un esprit pérenne, qui aille bien au-delà de Mons 2015.

Au travers des années qui allaient s'écouler, la collaboration intensive entre les associations qui parfois ne se connaissaient même pas, allait permettre à chacun de se nourrir l'un de l'autre, de démultiplier leurs forces et d'apprendre ensemble. En rassemblant les synergies autour d'un projet commun, chacun allait en ressortir « grandi » d'une expérience qu'ils n'avaient jusque-là jamais vécue. En termes de communication, Inform'Action allait les aider, en les épaulant dans ce travail dans un esprit et une démarche d'éducation permanente, c'est-à-dire les stimuler, les animer, les accompagner.

- **Vis-à-vis de Pop UP et des publics que les associations touchent :**

Dans une région économiquement défavorisée telle que Mons-Borinage-Centre, faire de la culture dans le sens d'être acteur de la culture est une des ambitions de Pop UP. Lier de manière forte la production culturelle aux citoyens pour qu'elle soit porteuse de sens et qu'elle valorise leur identité ; mettre l'accent sur l'universalité des identités et des cultures ; permettre aux citoyens de se réapproprier l'espace public pour pouvoir initier des débats importants concernant l'ensemble de la population et faire entendre sa manière de questionner, voire même d'interpeler, de provoquer le monde. Voilà la base de Pop UP : la démocratie culturelle et l'éducation populaire.

En termes idéologiques, il s'agit de faire face à la marchandisation de notre quotidien et de nos identités, en se recentrant sur des valeurs d'égalité, de solidarité en faisant participer les publics fragilisés, exclus socialement, économiquement, politiquement et culturellement. Rendre visibles les invisibles.

Pop Up s'inscrit donc dans une démarche qui place côte à côte culture, d'une part, et participation des publics et émergence, d'autre part. Elle entend permettre aux citoyens de se réapproprier la culture et la création culturelle, comme moyen d'expression mais également comme vecteur d'analyse critique et leviers de revendications.

Les citoyens précarisés socialement (analphabètes, sans papiers, réfugiés, chômeurs, travailleurs pauvres et jeunes en perte de repères) constituent une partie importante de la population de Mons-Borinage-Centre. Pourtant, ils ne disposent d'aucune visibilité réelle dans l'espace public. Ils constituent néanmoins le cœur social de cette région, de son histoire, de sa multi-identité.

Au travers des activités qui seraient développées entre autres en ateliers par les artistes et les associations, la volonté de Pop UP est de donner à voir ces réalités au travers de récits racontés par les acteurs eux-mêmes. Non seulement pour évoquer le passé, mais aussi pour s'affirmer comme citoyens actifs de leur région, porteurs de paroles, de revendications et d'espoirs, et aussi être des créateurs de demain.

Par l'action collective, il s'agit de s'appuyer sur les ressources de ces divers publics à des fins de transformation sociale et d'émancipation des individus et des groupes.

Ce processus suppose l'identification avec le groupe d'une situation concrète insatisfaisante, la production d'une analyse critique des causes de cette situation, en utilisant les compétences et l'expérience du groupe, accompagnés de formateurs, d'animateurs et enfin l'élaboration collective de pistes de solution et de revendications à porter par les groupes dans l'espace public.

La présence de Laurent Drousie à certains de ces ateliers allait permettre à Inform'Action de sentir, d'identifier les attentes, les besoins et l'esprit de Pop UP.

Le travail en ateliers, via les associations et les artistes, part donc de l'ancrage des participants dans une réalité sociale. Les productions culturelles se présentent comme des outils d'analyse critique de la société et des moyens d'intervention dans le monde. La valorisation des œuvres produites en collectivité et leur présentation dans l'espace public permettent de renforcer l'estime de soi et de changer le regard des autres.

En soi, la valorisation des activités de Pop up, via les outils de communication développés avec l'aide d'Inform'Action, fait partie intégrante du processus dans le sens où elle participe à l'émancipation des individus et des groupes en accordant une visibilité à l'expression de leur vécu.

En termes de communication, on le voit, le défi est donc de donner une identité forte à Pop UP, pour qu'elle jouisse d'une notoriété et incite de potentiels associations et artistes à la rejoindre, gage de sa représentativité. Mais l'idée, au-delà de cela, est aussi de toucher les publics fragilisés, exclus aux niveaux social, économique, politique et culturel, ces « invisibles » avec lesquels ces associations travaillent régulièrement afin de mettre en lumière leurs productions culturelles, fruit de leur réflexion, et par là-même contribuer à leur émancipation. Favoriser des sentiments d'appartenance, d'estime, d'épanouissement auprès de ces publics qui en sont souvent privés.

Les processus et les actions à mettre en œuvre :

Les actions à mettre en œuvre par Pop Up devant découler des initiatives des membres signataires de la charte via les groupes de Travail internes, il était difficile au stade embryonnaire de Pop UP de pouvoir prédire ce qui serait effectivement amené et proposé par les associations et artistes.

C'est la raison pour laquelle Inform'Action, en tant que partenaire « facilitateur -provocateur », se devait d'être présente lors des multiples réunions en groupes de travail internes afin d'accompagner les acteurs dans leurs réflexions et être au mieux à l'écoute des suggestions et décisions prises.

Néanmoins, quelques outils de communication de base relevaient de l'incontournable :

- Etablir des outils graphiques dans la lignée visuelle de Pop UP : charte graphique, affiches, tracts, bâches, ...
- Etablir le site internet de la plateforme, vitrine des activités futures de la plateforme
- Assurer un suivi vidéo, sous forme de reportages, des différentes activités programmées, afin de valoriser au mieux les publics à l'origine de ces activités

De même, il s'est vite avéré nécessaire de penser à des lieux de vie propres à Pop UP, où les diverses activités pourraient être menées, tels des lieux privilégiés d'expression pour les associations et artistes.

Inform'Action développerait alors les outils de promotion propres à chaque activité à venir, sous l'enseigne de Pop UP et permettrait une plus grande diffusion des événements organisés en ces lieux.

Les types de parties prenantes au service et leur rôle :

Au sein d'Inform'Action, c'est quasi toute l'équipe qui serait mobilisée d'une manière ou d'une autre sur la plateforme Pop UP :

Principalement :

- Laurent Drouie , Directeur, pour les réunions en groupes de travail internes concernant Pop Up de manière générale et sa communication en particulier : briefings, brainstormings, discussions et débats sur les activités à mener, auxquels les associations et artistes membres de Pop Up participent
- Delphine Delattre, graphiste, pour les groupes de travail internes centrés sur la communication : stratégies de communication, identité de la plateforme Pop UP, outils de com' divers à développer
- Xavier Henry, webmaster, pour le site internet de Pop UP
- Nancy Dutoit, réalisatrice vidéo, et Stéphane Verly, cameraman-monteur, pour les vidéos à réaliser

Une coordination entre les membres de l'équipe aurait lieu tout au long du processus pour accompagner au mieux Pop UP.

Les modalités de mobilisation et de la participation active des membres ou participants à l'action :

La mobilisation se fait principalement via les Groupes de Travail internes. Y sont présents les associations et artistes membres signataires de la charte Pop UP en collaboration avec Inform'Action.

Mais il ne faut pas oublier que les associations et artistes ne sont que les intermédiaires entre Pop UP et les publics spécifiques auxquels ils s'adressent et doivent être garants des souhaits de ces derniers. Car ces publics précarisés sont en vérité les bénéficiaires ultimes de toute la démarche Pop UP.

Inform'Action s'inscrit dans cette dynamique participative, de par son écoute et ses conseils.

Au niveau des associations et des artistes, elle amène les membres à se poser des questions, à prendre le temps de réfléchir, à développer une stratégie pertinente, elle apporte son soutien professionnel pour assurer une bonne communication des projets portés via la réalisation d'outils de qualité développés dans un esprit de collaboration avec eux.

Au niveau des publics spécifiques aux associations et artistes, elle est un élément accompagnateur de toute une démarche collective d'éducation permanente portée par ces associations et artistes au bénéfice de leurs publics spécifiques.

Dans le domaine de la communication, tel un guide éclairé, son rôle est donc d'encadrer sans diriger, de suggérer sans imposer, d'outiller sans prendre les commandes. Le tout dans un esprit participatif, avec ouverture et adaptation.

Rapport final de réalisation de la prestation de services

1. A la naissance de Pop UP, années 2012 et 2013

Un des premiers Groupes de Travail « spécial Communication » a donc eu lieu dès novembre 2012, où étaient présents les associations socio-culturelles et artistes impliqués dans le projet.

En 2012 et 2013, le Groupe de Travail Communications s'est réuni à 6 reprises. C'est lors de ces rencontres qu'a été décidé le nom de POP UP, son logo, sa charte graphique et la structure de son site premier Internet. Une stratégie de communication a été abordée.

Le nom :

Lors d'un brainstorming, pour trouver un nom à la plateforme, il fallait partir des valeurs essentielles que la plateforme voulait porter, avec une phrase-clé : La culture = s'émanciper, c'est un outil d'émancipation, il ne s'agit pas uniquement d'un bien de consommation !

Au départ, certains membres du groupe adhéraient à l'idée d'appeler la plateforme « la plateforme » ! Un second nom, « POP UP », a été suggéré et a rapidement suscité un intérêt partagé par le plus grand nombre (POP UP = « fenêtre », « flash », « écran », « surgissement » « Mettre en avant »). Pop Up avait aussi l'avantage de signifier : Pop = populaire / Up = quelque chose en +, de positif, qui fait grandir, qui émancipe

Mais il fallait aussi que la plateforme induise la notion de propagation culturelle et de diffusion, d'où l'idée d'un Virus « Culturel »...Il a été décidé à l'unanimité de garder « Pop Up » comme nom « provisoire » pour la plateforme avec pour phrase clé temporaire « virus culturel », tout en sachant que ce nom resterait un projet à valider en plénière après le prochain Groupe de Travail. Ce qui a été fait.

Le logo :

Pour la création du logo, les artistes adhérents au projet ont été sollicités pour remettre des projets graphiques, ainsi que les associations socio-culturelles aptes et désireuses de le faire. Inform'Action était partie prenante à cette démarche.

L'asbl Inform'Action était également désignée pour recentrer les projets reçus avant la validation de l'un d'entre eux en séance plénière. L'idée était que l'asbl parte du projet retenu, pour ensuite le décliner avec l'aide d'autres artistes de la plateforme.

En séance plénière, ce sont 2 propositions graphiques d'Inform'Action qui ont finalement été retenues, car répondant le plus à ce que les membres adhérents souhaitaient. Il fallait trouver un mix judicieux entre les 2 projets graphiques et en adapter les couleurs, en un

groupe restreint constitué de la graphiste à Inform'Action et d'artistes intéressés. Ce qui a été fait.

Stratégie, site, conférence, et lancement :

Suite à un début de stratégie de communication élaborée en groupe de travail, divers éléments ont été produits, sur base de la charte graphique établie. Les discussions se sont également penchées sur le site internet à créer et la conférence de presse à organiser.

Une des premières priorités était de réserver un nom de domaine pour le site. Un problème technique mis en évidence par Inform'Action était le fait que le nom de domaine « popup.be » et ses variantes (« popup.net », etc...) n'étaient plus disponibles et ne pouvaient donc être utilisés. Sous les conseils d'Inform'Action, la phrase-clé slogan « virus culturel » a dès lors été choisie pour le nom de domaine du site web de la plateforme Pop UP, devenu ainsi « virusculturel.be ».

Sarah Bokiau (CIEP Hainaut centre) et Xavier Henry, webmaster à Inform'Action ont travaillé ensemble sur le site internet, selon les rubriques décidées en groupes de travail (essentiellement une rubrique de présentation de Pop UP, une rubrique « Rejoignez-nous », et une rubrique reprenant la Charte de Pop UP.). Sarah Bokiau a ensuite collaboré avec Delphine Delattre, graphiste à Inform'Action, pour la mise en pages de l'invitation à la conférence de presse et pour le partage de son expérience en tant que chargée de communication.

Vers la mi-décembre, pour son lancement au grand public, la plateforme a investi le Passage du Centre de Mons pour deux journées d'animations. Inform'Action a assuré, grâce à sa web radio « Radio Pavé », une retransmission en direct de plusieurs débats avec les artistes, les commerçants de la galerie, les membres de POP UP et les instances officielles. L'équipe vidéo était également présente pour rendre compte de l'événement. En tout, pas moins de 500 personnes ont participé à ces 2 journées.

2. Année 2014

Dès le début 2014, Inform'Action a collaboré avec Aurélie Clarembaux, nouvellement engagée par Pop UP pour coordonner les activités de Pop UP ainsi que certains aspects communicationnels. Sur base de la charte graphique de Pop UP établie en groupe de travail, Aurélie a pu ainsi continuer avec d'autres à développer des outils (invitations, mails,...) et participer à la diffusion des activités Pop UP (par la gestion de la page Facebook et du site internet).

2014 a aussi été l'année où deux lieux de vie de Pop UP ont été créés.

Le premier Espace a été inauguré en avril 2014 à la rue des Capucins à Mons pour assurer la visibilité de Pop UP dans la cité et permettre l'organisation de multiples expositions et performances mettant à l'honneur des artistes régionaux.

Le Groupe de Travail Communication, qui s'est réuni 6 fois en 2014, s'est entre autres penché sur le nom à donner à cet Espace. Le choix s'est finalement porté sur « Espace 59 », suivant l'emplacement de l'espace (numéro) dans la rue des Capucins.

« La Poudrière », deuxième Espace Pop UP, ancienne friche industrielle liée à l'histoire régionale Mons Havré durant la guerre 40-45, était quant à lui dédié à l'organisation de soirées de concerts thématiques (quatre « nuits » par an) et de jam sessions (10 dimanches après-midi et soir par an). Le lieu a également accueilli des expositions et des résidences d'artistes.

Deux vidéos réalisées par Inform'Action sont spécialement consacrées à ces deux lieux. Elles ont pour but de laisser des traces de ces deux lieux privilégiés et des nombreuses activités qui allaient s'y organiser.

Parallèlement, lors des réunions en groupe de travail Communication, il a été décidé de développer divers outils de communications pour renforcer la visibilité de Pop Up, et son identification et appropriation par les associations et publics spécifiques. Le but était de

développer un sentiment d'appartenance et de se positionner par rapport à la machine de guerre de Mons 2015.

Des enseignes autocollantes pour l'Espace Pop UP ont ainsi été créées ainsi que des bâches, des beach flags, des bics, des bonbons avec un présentoir conçu spécialement pour Pop UP, des autocollants, des fardes, ... Cela dans le but d'occuper l'espace, de donner vie au projet, de passer de l'invisible au visible. Inform'Action a joué un rôle bien réel de facilitateur à cet égard. Delphine Delattre, graphiste à Inform'Action a en effet permis la réalisation de ces outils et c'est en équipe, avec les différentes associations, que ces différents éléments ont été montés et installés sur place peu avant chaque exposition.

En outre, les activités qui se sont déroulées dans les deux Espaces Pop UP ont été annoncées par des affiches de format A3 et B1 et apposées sur des porte-cables et un chevalet à l'Espace 59. La graphiste d'Informaction a aussi adapté ces visuels pour un format d'annonce sur Facebook, repris et géré par Aurélie Clarembaux, coordinatrice de Pop UP.

Ces expositions ont aussi fait l'objet de vidéos (8 en 2014) réalisées par Inform'Action, en collaboration avec les membres partenaires. Les vidéos, diffusées sur le site internet de Pop UP, sur Youtube et Facebook, ont contribué à la valorisation des artistes présents lors des expositions et à la visibilité générale du projet Pop UP. A travers les questions posées, les artistes ont pu réfléchir et s'exprimer de vive voix sur leur vision du monde traduite à travers leurs œuvres artistiques, expliciter par la parole le questionnement qu'ils veulent provoquer auprès des visiteurs.

Enfin, des activités estampillées Pop UP ont aussi eu lieu en dehors des deux espaces Pop UP :

- le burning floor festival à Mons Arena, organisé à l'origine par la maison des Jeunes de Cuesmes, dédié aux arts et sports urbains
- le festival Cités Métisse sur le site de Bois-du-Luc à La Louvière, organisé par Picardie Laïque, à pour lequel Pop Up a développé des activités spécifiques (un spectacle rendant hommage à la culture et à l'immigration italienne et un parcours spectacle « tous au charbon ! »).
- une pièce de théâtre « Nos vies ordinaires » à La Louvière

Ces événements ont également bénéficié du soutien visuel d'Inform'Action (affiches et vidéos et déclinaison des visuels par les partenaires).

Au fur et à mesure des activités développées sur 2014, le site internet Pop UP a été repensé et s'est étoffé. La coordinatrice de Pop UP, Aurélie Clarembaux, a été formée sur Joomla par Xavier Henry, webmaster à Inform'Action, pour pouvoir assurer la mise à jour du site et des activités organisées.

Par ailleurs, sept newsletters ont été mises en place en concertation entre Xavier et Aurélie (rédaction, canevas, diffusion sur base de listing) sur 2014 pour annoncer les événements principaux de 2014.

3. Année 2015

Année européenne par excellence, 2015 se devait de se démarquer de 2014.

Les outils et l'univers Steam Punk :

Après plusieurs réunions en Groupes de Travail, Pop UP a donc décidé de partir en voyage et de faire escales à 3 endroits sous 3 thématiques : « Les Diversités », « Les Résistances et Alternatives », et « Les Libertés ». Ces Escales ont été programmées avec et pour les publics prioritairement populaires : le Festival Cités Métisses à La Louvière en avril (« Les Diversités »), le Fond du Petit Marais en mai à Jemappes (« Les Résistances et Alternatives ») et le Burning Floor Festival en novembre à Mons (« Les Libertés »).

Le tout dans un univers « steam punk ». Si Pop UP a choisi cet atmosphère, c'est parce qu'il représente un espace des possibles, en marge, fait de découvertes et de rêves. Ouvert et participatif, ce dispositif a permis d'impliquer autant que possible les habitants et les associations des quartiers au sein desquels ont eu lieu les Escales.

Les différentes associations partenaires ont toutes collaboré à la création de cet univers. Inform'Action y a participé étroitement en accord avec les partenaires : recherche d'éléments visuels pouvant alimenter cette ambiance, déclinaisons sur divers supports graphiques, adaptation du logo, ... Afin de coller à l'univers « steam punk », la charte graphique a ainsi totalement été repensée pour 2015.

Suite à plusieurs séances de réflexion et d'évaluation sur les outils produits en 2014, il a été décidé, en groupe de travail, d'amplifier et de démultiplier les supports de communication pour 2015 : clés USB à l'effigie de Pop UP, bâches, bics, communiqués de presse, dossiers de presse, gobelets, calendrier, dépliant A3, affiche A3 & A2, ... Ces supports, réalisés par Inform'Action, ont accompagné toutes les escales et événements de 2015.

Le site internet de Pop Up a également été complètement refondu en 2015 par Inform'Action, version Steam punk, suite à 3 réunions préparatoires en groupe de Travail Communication fin 2014-début 2015 : une rubrique Agenda des activités a été intégrée, avec un archivage des événements passés (activités de 2013 et 2014). Une intégration des vidéos sur la chaîne Youtube de Pop UP a été également établie à partir du site.

Enfin, Xavier Henry, webmaster à Inform'Action, a également collaboré avec Aurélie Clarembaux, coordinatrice Pop UP, et Lucie Terrasi, chargée de communication nouvellement engagée pour Pop UP. Il les a ainsi interpellées et accompagnées pour rédiger, voire ré-écrire certains textes, et a travaillé en étroite collaboration avec elles pour mettre en place et diffuser des newsletters annonçant les événements à venir (12 newsletters en 2015 : les fameux « rendez-vous Pop UP »). Par ailleurs, les événements organisés durant l'année ont été mis en ligne sur le site au fur et à mesure.

Les escales :

- **Mi-janvier 2015, l'embarcadère** : L'univers steam punk propre à Pop UP en 2015 a été présenté au public lors de l'embarcadère : le but de cette première journée festive était de mettre en lumière et présenter au grand public les productions Pop UP réalisées en 2013 et 2014 mais aussi donner un bon aperçu de l'atmosphère qui devait teinter l'ensemble de ce grand voyage en 2015. Il semblait en effet important aux membres de Pop UP d'organiser, en plus des Escales, 2 grands événements, un d'ouverture et un de clôture, devaient ponctuer l'année.

Pour l'embarcadère ainsi que pour les principales escales, Inform'Action a confié aux associations le gabarit de base de réalisation des affiches selon la charte graphique établie en partenariat, ceci afin d'avoir une certaine harmonie visuelle des affiches qui seraient réalisées par les associations désireuses de se réapproprier le travail de graphisme. Des conseils ont aussi été prodigués pour l'utilisation de ces gabarits.

Une vidéo reprenant les principaux moments de l'embarcadère a également été réalisée par Inform'Action.

- **Fin avril 2015, le festival Cités métisses au Bois-du-Luc à La Louvière** : Picardie Laïque et Pop UP se sont associés afin de créer une édition inédite de ce festival. Vu la concordance des missions de la plateforme avec les objectifs poursuivis par cet événement créé 6 ans auparavant, il a été décidé que le Festival Cités Métisses serait la 1^{ère} Escale de Pop UP en 2015. « Croiser toutes les différences culturelles, ethniques, sociales... dans une ambiance festive » est l'ambition du Festival depuis ses débuts. C'est donc le thème des « Diversités » qui était au centre de cet événement.

Pour marquer le coup par rapport à 2014, c'est carrément tout un village Pop UP qui s'est installé sur le site, fait de stands et d'activités diverses... Pour construire les activités du Village, l'équipe de la plateforme a participé à toutes les réunions plénières et a mis en réseau les membres de Pop UP et les personnes prenant part habituellement à l'organisation du festival.

Pour l'occasion, le festival, qui possédait déjà un look graphique propre, s'est adapté en reprenant les éléments visuels développés par Inform'Action : Ainsi, le logo « caméléon » habituel du festival s'est affublé de rouages et de mécanismes horlogers, les couleurs ont pris une teinte vieillie et patinée... Un bel exemple de coopération, ré-appropriation des outils Pop UP entre associations !

L'équipe vidéo d'Inform'Action était également de la partie pour reprendre en images les principaux moments de ces quatre journées. La vidéo réalisée a bien sûr été mise en ligne sur le site de Pop up et sur Youtube. Par ailleurs, ultérieurement, Picardie Laïque s'est ré-appropriée les images de ce tournage pour réaliser un teaser vidéo pour l'édition 2016 du festival...

- **Début mai 2015, le fond du Petit Marais à Jemappes** : En choisissant la thématique des Résistances et Alternatives pour sa 2^{ème} escale, Pop UP s'est positionné comme voulant contribuer à des changements radicaux dans notre société en mutation et se dresser contre les dominations. Le parti pris du Fond du petit Marais a été de travailler en amont avec des personnes vivant des vulnérabilités, des fragilités sociales, économiques et culturelles. L'enjeu de l'événement était donc bien de se positionner comme résistants culturels en sortant des registres de la consommation d'activités socio-culturelles pour mettre en place des processus de co-construction d'actions. La plus-value de l'ensemble de ces initiatives était bien de mobiliser les associations, les artistes, les personnes participantes aux activités à des actions contre des dominations. Il s'agissait de décroquer, par la rencontre des milieux de vie différents, et de privilégier des occasions de travail commun entre professionnels, animateurs et artistes pour ainsi brasser des points de vue différents et des références culturelles diverses.

L'événement a attiré plus de 1000 personnes en trois jours et a fait participer en amont plus de 200 personnes (stagiaires en insertion socio-professionnelle et en alphabétisation, militants, personnes handicapées)

Pour cette escale, Inform'Action a développé en partenariat de nombreux outils graphiques : une affiche A3, réalisée par Delphine Delattre, graphiste, qui s'est inspirée du style de l'affiche du festival Cités métisses concoctée par Picardie Laïque... une déclinaison en format flyer A6, un dépliant, une bâche spécialement conçue pour l'événement, un dossier de presse,... La graphiste d'Inform'Action a par ailleurs animé une séance de formation auprès des animateurs socioculturels de l'AID de Mons pour leur expliquer la pertinence d'une communication organisée autour d'une affiche.

Une vidéo de l'événement a été réalisée, comportant de nombreuses interviews des associations participantes et des images des activités organisées (parcours artistique, chant, théâtre, activités sportives et citoyennes,...)

- **Début novembre 2015, le Burning Floor festival au Lotto Mons Expo** : Pop UP désireux de soutenir les cultures émergentes des jeunes, trop souvent le parent pauvre des subventions octroyées, s'est donc investi dans le festival. Articulé cette année sur le thème des Libertés, le Burning Floor festival, créé et organisé depuis 10 ans par la maison des Jeunes de Cuesmes, tourne autour du Hip-Hop. Son but est de faire connaître le Hip Hop dans la région et valoriser le travail culturel des jeunes au sein de la population ; mais aussi susciter les échanges entre les différentes disciplines du Hip Hop et consolider les relations des associations locales et régionales.

En amont, différents partenaires issus des associations d'éducation permanente, du socioculturel et des cultures urbaines de la région de Mons- Borinage et du Centre ont été mobilisées pour définir l'ossature du festival. Le festival a accueilli le « village Pop UP » et ses différentes animations, une piste de skateboard, un podium pour les battles, les concours chorégraphiques et les concerts, etc.

L'équipe vidéo d'Inform'Action a réalisé un reportage de ce festival. Au niveau graphique, la réalisation de l'affiche a été confiée à un artiste belge, qui a apporté une petite note Steam Punk au style hip-hop très présent et typique des affiches habituelles du festival. Grâce à Pop UP, les supports de communication ont été amplifiés

et démultipliés : dépliants A3, affiches A3, A2 et B2 ainsi que des flyers, sur base d'éléments graphiques fournis par Inform'Action et repris par l'artiste en question.

- **Fin novembre 2015, le débarcadère à la Maison Folie à Mons :** L'idée était de présenter, lors d'un week-end festif, l'ensemble du travail effectué sur l'année, avec pour objectif de lancer des pistes de réflexion pour la continuité de l'aventure Pop UP au-delà de 2015.

La mise en lumière de la Collection Pop Up a permis de diffuser, dans un lieu nouveau, les productions artistiques réalisées par des citoyens en collaboration avec des artistes entre 2013 et 2015 dans le cadre de Pop UP. Elles ont donc pu, à l'occasion du Débarcadère, être rendues visibles auprès d'un public différent. Ainsi, pendant tout le weekend, le public a pu découvrir l'expo de la Collection Pop UP faites d'œuvres réalisées en ateliers par les artistes et associations, et participer aux animations interactives présentes dans le Village Pop UP.

Soucieuse de lancer une réflexion et de permettre des échanges avec ses partenaires autour de la démocratie culturelle, la plateforme Pop UP a organisé, le samedi après-midi, un forum intitulé « Les droits culturels, nouveaux gadgets ou enjeux transversaux ? ». A travers ce forum, Pop UP a souhaité offrir l'occasion aux opérateurs sociaux-culturels et aux artistes de débattre ensemble des enjeux à saisir autour des droits culturels. Les échanges se sont concentrés autour des questions suivantes : « Quelles sont nos capacités à agir ensemble ? » et « Comment pouvons-nous mobiliser des forces pour construire des stratégies communes et renforcer la démocratie culturelle ? ». Lors du débat ayant suivi l'exposé de Marc Maeschalck sur les droits culturels, de riches échanges ont notamment souligné l'importance de la coopération entre les associations et du processus de participation du public. Ce forum est une première étape inaugurant d'autres rencontres de réflexions et d'échanges.

En vidéo, Nancy Dutoit et Stéphane Verly ont assuré la captation des moments principaux de ce week-end, avec des interviews de membres de Pop UP qui ont encadré l'événement.

Parallèlement, les expos Pop UP 2015 à l'espace 59 à MOns :

Comme en 2014, Pop UP a organisé de nombreuses expos ouvertes au public, la plupart à l'Espace 59 à Mons : 12 expos au total qui ont privilégié les artistes hors du réseau Pop UP, contrairement à 2014. L'objectif de Pop UP était d'affilier ces personnes à son réseau et de mettre en lumière des artistes locaux qui n'avaient pas encore pu s'exprimer à travers la plateforme.

La graphiste d'Inform'Action a réalisé les visuels (affiches, flyers, etc) de 8 de ces expositions. Les autres visuels ont été repris par d'autres associations membres de Pop UP qui se sont réapproprié le gabarit et la charte graphique développés par Inform'Action .

Notre asbl a également produit 7 vidéos retraçant 7 de ces expositions (« Traces », « le 13 », « Ô-nirik », « regards croisés », « Tattoomaton », « Trip inside », « Ghost town »), ce qui a donné une plus grande visibilité aux œuvres des artistes présentés.

A chaque fois, que ce soit pour les escales ou pour les expos, l'équipe vidéo d'Inform'Action était présente pour rendre compte de l'événement et de l'esprit qui y régnait, assurer une visibilité des activités organisées et garder une trace audiovisuelle des événements.

Et à l'espace Pop UP la Poudrière à Havré :

En 2015, l'Espace Pop UP la poudrière a accueilli de nombreuses activités : des jam sessions, des « nuits de... » (nuit du Rock, du blues,...), des expositions et des représentations théâtrales.

Inform'Action a créé les visuels de ces événements (affiches, etc...) ainsi que des reportages vidéo qui ont aussi permis une plus grande diffusion de ces activités :

- « Supermarché » : pièce de théâtre populaire et sociale, qui nous fait réfléchir sur notre société de consommation.

- Exposition de marionnettes, qui redonne une visibilité à un art populaire un peu perdu.

4. Année 2016 : gros plan sur l'année

Le premier trimestre 2016 :

Jusqu'au 31 mars 2016, date de la fin de son subventionnement, Pop Up a continué à proposer des événements au sein de ses deux espaces de vie.

- **A l'espace Pop UP 59 :**
 - » Exposition « Sans façons » : où dix photographes de la Promotion Sociale de Jemappes proposent leurs regards...
L'affiche de cette exposition a été réalisée par Inform'Action. Cet exemple permet de mettre en évidence le fait que la communication et sa déclinaison en outils concrets est un moyen fédérateur entre les personnes, entre les associations, ce qui a permis de maintenir la dynamique instaurée en 2015.
 - » Exposition « Totemissitudes » proposée du 19 février au 13 mars 2016 par les élèves et enseignants de l'Institut des Métiers de la Construction et de l'Environnement d'Erquelinnes.
Inform'Action a réalisé l'affiche de cette exposition ainsi qu'un reportage vidéo. Dans la vidéo, Jean-Sébastien Moury, artiste Pop UP parle des élèves en enseignement spécialisé à qui on a donné carte blanche pour réaliser cette exposition autour du thème des totems et des vicissitudes. La vidéo, mise sur le site internet de Pop UP ainsi que sur Youtube et les réseaux sociaux, a permis une plus grande diffusion des œuvres des artistes participants. Elle a été, comme à chaque fois lors des expositions Pop UP, un élément contributeur à la valorisation du public participant et à la restauration de leur estime de soi.
La vidéo est présente sur le site de Pop UP : www.virusculturel.be, rubrique Vidéos ainsi que sur notre chaîne Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=sqpCOMNefZA>
 - » Soirée festive « Déchaîner la crémaillère » : soirée du 24 mars 2016 organisée par Pop Up pour marquer la fin de l'occupation de l'Espace 59 à Mons.
Outre la création de l'affiche annonçant l'événement, Inform'Action a aussi réalisé un reportage de la soirée : dans la vidéo, Jean-Pol Scailquin, responsable de l'Espace 59 en 2016, nous parle de cette soirée qui se veut ludique, artistique et musicale, et qui clôture deux ans d'expos et de vernissages Pop UP. De nombreux artistes Pop UP sont présents pour animer cet ultime événement : improvisation poétique par Stéphane Mansy, animations visuelles par Maria de Sario et Jefta, animation musicale par Abdou Mellouki...
A noter que toutes les vidéos Pop UP réalisées par Inform'Action de 2013 à 2015 ont été présentées sur des télévisions au rez-de-chaussée et à la cave lors de cette soirée...
La vidéo de cette soirée est présente sur le site de Pop UP : www.virusculturel.be, rubrique Vidéos ainsi que sur notre chaîne Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=75E203QOLKE>
Par ailleurs, cette soirée a été annoncée lors d'une newsletter établie par Xavier Henry en collaboration avec Sabrina Tangi qui a remplacé la coordinatrice de Pop Up Aurélie Clarembaux dès son départ en septembre 2015.
- **A l'espace Pop UP La Poudrière :**
 - » La Nuit de la Musique du Monde : soirée-concert du 26 mars 2016 faisant suite aux diverses « Nuits de... » organisées à la Poudrière (« Nuit de la chanson française », « Nuit du Rock », « Nuit du blues », « Nuit du jazz », « Nuit de la musique du Monde »).

L'équipe vidéo d'Inform'Action a interviewé Abdou Mellouki, coordinateur de la Poudrière et filmé les 3 groupes de musique qui ont animé la soirée : un groupe de jazz originaire du Maroc, un groupe musique mélangeant le blues d'Afrique de l'Ouest et la musique des pigmés Congo, et un groupe de reggae belge. Dans son interview, Abdou nous parle de ces nuits organisées durant l'année, et nous présente un nouveau concept, celui des tremplins. L'idée des tremplins est d'enregistrer de jeunes groupes de musique, de leur fournir une démo de leur prestation, afin de les aider dans leur promotion et leur diffusion. La visibilité de la vidéo sur des médias grand public et libres d'accès permet la promotion du concept des tremplins.

La vidéo est présente sur le site de Pop UP : www.virusculturel.be, rubrique Vidéos ainsi que sur notre chaîne Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=aFPfXlarxQO>

Cette Nuit de la Musique du Monde a été également annoncée sur la newsletter de Pop UP.

De manière générale, la participation de l'équipe vidéo sur les activités de Pop UP a été pro-active dans le sens où elle s'est faite de manière spontanée, non commanditée dans la perspective d'assurer une grande diffusion de ces événements.

Parallèlement, d'autres événements ont eu lieu ailleurs en 2016 :

- **Forum Pop UP du 19 février 2016** : « Pop UP, zone de contagion culturelle » : au MOC-Hainaut Centre

Soucieuse de lancer une réflexion et de permettre des échanges avec ses partenaires autour de la démocratie culturelle, la plateforme Pop UP a organisé un forum en février 2016. Ce forum faisait suite à un premier forum organisé en 2015 intitulé « Les droits culturels, nouveaux gadgets ou enjeux transversaux ? ». Ce deuxième forum consistait en une matinée d'échanges et de réflexions pour permettre aux opérateurs socio-culturels et aux artistes de débattre ensemble sur les enjeux à saisir autour de deux questions ayant émergé lors du premier Forum.

- » Comment rendre visible la production culturelle des invisibles dans l'espace public ?
- » L'interculturalité, un enjeu commun. Comment s'en saisir ?

Après une présentation par le philosophe Marc Maeschalck, un travail en atelier a donc suivi sur ces 2 questions afin d'avoir un questionnement et des propositions débouchant sur des activités concrètes que Pop UP pourrait mener.

Inform'Action a réalisé le carton d'invitation relatif à ce forum, ainsi qu'un visuel pour la bannière Facebook. L'objectif était de rallier un maximum de partenaires à cette journée de forum, afin de permettre un débat optimal sur des enjeux importants.

Un reportage vidéo de la journée a également été fait, avec des interviews de Marc Maeschalck, philosophe au Centre de Philosophie du Droit à l'UCL, et de Samuel Thirion, Directeur du CIEP Hainaut-centre ainsi que des images de la conférence et des ateliers. Le but était de résumer par les interviews l'enjeu auquel doivent faire face les associations après Mons 2015, et bien sûr garder une trace du forum en tant que tel.

La vidéo est présente sur le site de Pop UP : www.virusculturel.be, rubrique Vidéos ainsi que sur notre chaîne Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=r7FK2kHEuLg>

Le forum a fait l'objet d'une annonce sur la newsletter de Pop UP.

- **Empreintes Pop UP Virus Culturel – Rendre visibles les invisibles** : soirée de découverte des empreintes de Pop UP, le 25 novembre 2016

« Rendre visibles les invisibles », tel était l'objectif de Pop UP depuis ses débuts. Permettre aux invisibles de notre société, ces citoyens fragilisés, d'entrer dans la lumière. C'est ce que Pop Up a tenté d'accomplir depuis 2011. Pop Up a permis aux

artistes du cru d'exposer leurs œuvres, de faire entendre leur musique, de délivrer leurs messages. Elle a permis au public populaire d'accroître ses compétences en matière culturelle.

« Empreintes Pop UP Virus Culturel – Rendre visibles les invisibles » est un livre qui témoigne de l'histoire de Pop UP de 2011 à 2016. Ce livre répond à plusieurs questions pertinentes au vu de cinq années d'existence : quels étaient les objectifs initiaux de Pop UP ? Quel a été le chemin parcouru par la plateforme ? En quoi le travail mené a-t-il changé ses membres ? ...

La graphiste d'Inform'Action a réalisé cet ouvrage en collaboration avec le groupe porteur de Pop UP, après plusieurs phases d'écriture et de ré-écriture suite à de nombreuses réunions de travail, (ce qui implique de nombreuses phases de changements de maquette et de corrections dans la mise en pages, le fond influençant la forme, et vice-versa). A noter que Delphine Delattre, graphiste, a participé à ce travail de ré-écriture au sein du comité de rédaction dans le sens où elle a interpellé le comité sur la structure et la cohérence du texte par rapport au renvoi de certains extraits vers des traces audiovisuelles. Ses conseils, fruit de l'accompagnement d'Inform'Action depuis les débuts de Pop UP ont été précieux à cet égard.

Le travail abouti est un coffret, entièrement créé par Inform'Action. Ce coffret sert d'écrin au livre, ce qui a permis d'y placer trois outils de communication qui ont été largement utilisés pendant trois ans : le bic, le bracelet et l'autocollant Pop UP, qui ont fait partie de la communication mise en place par la plateforme tout au long de cette période. Une clé USB est également jointe au coffret. Elle contient une multitude d'autres témoignages que le livre ne pouvait pas contenir : la charte initiale de Pop UP, les reportages vidéo réalisés par Inform'Action, les affiches annonçant les événements,...

La participation des associations a été totale dans cet outil (réunions pour la rédaction, les corrections, le suivi...) , jusque même dans la manutention des différents éléments à insérer dans le coffret, qui s'est opérée en travail d'équipes !

Le coffret, produit en 400 exemplaires, a été présenté et distribué lors d'une soirée de découverte qui a eu lieu le 25 novembre 2016. Cet événement convivial s'adressait à la fois aux personnes qui s'étaient impliquées dans des projets depuis les débuts de la plateforme (citoyens, artistes, associations) et aux acteurs culturels de la région, afin d'exposer les traces très positives laissées par Pop UP chez tous les protagonistes après 5 années d'existence.

Le livre Empreintes se retrouve par ailleurs également en version téléchargeable pdf sur le site internet du MOC-Hainaut Centre : <http://www.moc-hainautcentre.be/images/pdf/empreintes-pop-up.pdf>

Evaluation générale de la prestation de service

Le service offert par Inform'Action sur le projet Pop UP, on le voit, a été avant tout un **service global** d'accompagnement des opérateurs, que ce soit à l'origine de la plateforme avec les initiateurs du projet, ou tout le long du processus, avec les associations et artistes membres.

Etre présents lors des maintes réunions qui ont permis la naissance de Pop UP, tant avec le groupe porteur que plus tard les groupes de travail internes, était en ce sens essentiel pour bien comprendre l'esprit Pop UP qui devait se forger petit à petit et pour pouvoir épauler au mieux les opérateurs dans leur communication.

Cela a été principalement le rôle de Laurent Drousie, Directeur, et de Delphine Delattre, graphiste, au sein d'Inform'Action au début de création de la plateforme Pop UP. Il s'agissait en effet de s'imprégner du contexte, des attentes afin de pouvoir conseiller et établir une base de stratégie de communication.

Donner une **identité** au projet afin de **féderer** les associations et artistes et induire un sentiment d'**appartenance-reconnaissance** dans le contexte de Mons 2015 a donc été notre première démarche de travail, en étroite collaboration avec les partenaires.

On ne peut que se féliciter du vrai travail de co-construction qui a été fait entre les opérateurs et Inform'Action et ce, dès le choix d'un nom, d'un slogan et d'un logo à la plateforme. Si la tâche était complexe en soi, vu le nombre de personnes impliquées, et le fait que l'on touche à la subjectivité de chacun, le résultat final a été le fruit d'une réelle collaboration constructive entre tous.

L'établissement d'une charte a ensuite été nécessaire pour permettre à la plus grande diversité possible de structures de rejoindre le projet Pop Up. Inform'Action a été chargée de la mise en page de cette charte (et de celle qui a suivi en fin 2015) et de sa déclinaison en différents formats (pdf, word,...) afin qu'elle puisse être compatible sur différents ordinateurs en fonction des possibilités informatiques de chacun pour qu'il n'y ait pas d'obstacle technique à leur adhésion.

Par la suite ont découlé des **outils de communication** propres à Pop UP qui ont permis de renforcer son identité, son appropriation par les associations et artistes ainsi que par les publics que ces derniers allaient toucher...

On y trouve tout d'abord le site internet, développé chez nous par Xavier Henry, fruit d'un réel échange entre notre asbl et les partenaires, ainsi qu'une panoplie d'outils tels que bics, autocollants, beach flag, bâches,... qui ont été étudiés en groupe de travail Communication, en fonction de de leur coût de production bien sûr, mais surtout en fonction de leur pertinence au projet.

Ces objets, à la fois pratiques et ludiques, ont participé à la création d'une identité forte à Pop UP.

Les outils ont évolué et se sont amplifiés en 2015 avec l'apparition par exemple de gobelets en PVC blanc et oranges à l'effigie de Pop UP. La volonté de Pop Up était pour cet outil d'assurer la réutilisation de ces gobelets tout au long des différents événements qui seraient organisés. Par souci écologique, le choix s'est donc tout naturellement porté sur du PVC recyclable. On peut regretter cependant la production en trop grande quantité de ces gobelets en fonction de la réalité de leur utilisation.

Le même constat peut être tiré sur certains autres outils, tels que des affiches, dont la faible distribution sur le terrain ne correspondait pas à la quantité produite. Il en a donc parfois résulté des stocks non écoulés, et ce, malgré des discussions de départ très pertinentes entre Inform'Action et Pop UP sur l'adéquation à avoir entre la production et la distribution. Simplement, la réalité sur le terrain n'a pas forcément suivi les intentions de départ en termes de distribution. Ce problème occasionnel de sur-quantité produite a par ailleurs engendré quelques soucis de gestion de stocks, mal anticipés au départ, en termes d'espace, de lieu et de responsabilité.

En termes de **visibilité**, le rôle d'Inform'Action était double : d'une part assurer la visibilité de Pop UP en tant que telle via des outils de communication spécifiques à Pop UP, et d'autre part assurer la visibilité des activités développées par Pop UP en les annonçant (newsletter, affiches,...), en les suivant sur le terrain (reportages), en les répertoriant (mise à jour sur le site).

Ce travail a été d'une ampleur considérable à l'image de l'ambition de Pop UP... Il a touché tous les services et quasi tout le personnel d'Inform'Action qui sur plusieurs années s'est retrouvé en intense collaboration avec les associations partenaires de Pop UP.

Inform'Action, dans ses outils de communication, s'est aussi fortement souciee de leur **ré-appropriation** par les opérateurs tout le long du processus Pop UP.

Ainsi, Delphine Delattre, graphiste, a fourni un gabarit de base permettant aux membres de Pop UP de développer leur propre affiche. Pour l'Espace Pop UP 59 à Mons où une bonne vingtaine d'expositions ont été organisées, certaines affiches ont été réalisées par

des associations autres que Inform'Action, mais selon la « maquette » fournie par elle (ex : « Tatomaton »).

Il en va de même pour les escales de Pop UP en 2015... Inform'Action a réalisé les affiches, etc du Fond du Petit Marais à Jemappes, mais pas celles de l'Embarcadère, ni celles de Cités Métisses qui ont été, elles, reprises par Picardie Laïque... le tout dans une atmosphère Steam punk pensée et établie en partenariat entre les associations.

En vidéo, de nombreux reportages ont été produits pour rendre visibles les activités de Pop UP, que ce soit au niveau des expositions, des concerts, des escales et autres événements. Certaines images des différents tournages ont été reprises par d'autres (entre autres Picardie Laïque) pour illustrer d'autres réalisations vidéo.

Au niveau d'internet, Xavier Henry a non seulement élaboré les différentes versions du site web de Pop UP, mais a également formé différentes personnes membres de la plateforme à la mise à jour du site en fonction des activités développées. Par manque de temps à cause d'une certaine rotation des personnes concernées, il est malheureusement parfois arrivé que cette mise à jour ne se fasse pas de manière optimale et se limite à la livraison « en vrac » de textes et de photos à mettre en ligne. Au niveau de l'annonce des événements à venir, Inform'Action et Pop UP ont travaillé ensemble pour la création d'une part et la diffusion d'autre part des différentes newsletters. Par ailleurs, divers visuels créés par Delphine Delattre, sous forme de bannières internet, ont permis un soutien visuel de ces événements par leur insertion dans les réseaux sociaux.

De manière générale, le travail en partenariat avec les autres associations sur le projet Pop UP a été une **expérience extrêmement riche** en rencontres, débats et réflexion. La confrontation des idées venant de personnes diverses permet une vision plus large des choses.

Par exemple, l'orientation générale des activités de 2015 dans un univers Steampunk n'était pas une idée d'Inform'Action. Cet univers a pu se décliner, non seulement dans les outils de communication via entre autres une refonte de logos et du site internet par rapport à 2014, mais également dans les décors et les costumes portés par les protagonistes dans les différentes escales et activités organisées. Cela a indéniablement donné un cachet spécial à Pop UP en 2015.

Le travail en partenariat a engendré la création de synergies nouvelles entre les associations, qui ont ainsi appris à se connaître. Ce travail en équipe a permis de décroquer les espaces de chacun et de bénéficier de compétences plus larges que ne l'aurait été chaque association prise individuellement. En ce sens, chacun en est ressorti « enrichi » de l'expérience de l'autre.

Cependant, la collaboration entre les associations en termes de communication, a parfois aussi été source de **tensions**...

Un problème assez récurrent a été, par exemple, un certain manque de conscience de la part des membres de Pop Up au sein du Groupe de Travail Communication de l'ampleur des budgets nécessaires à la production des outils de communication. Et ce, aussi bien en termes de temps de travail que de coûts de production. Ce constat était flagrant lors des réunions d'évaluation où il semblait parfois très difficile aux partenaires de comprendre les réalités professionnelles d'Inform'Action. Ainsi, certaines idées ont dû être abandonnées ou revues à la baisse pour ces raisons. On peut citer par exemple le coffret Empreintes Pop Up virus culturel, dont le format de départ souhaité s'avérait trop onéreux. Un format standard, de type A4 a donc été choisi à la place.

Au niveau de la communication, une certaine incompréhension est parfois survenue entre les demandes de Pop UP et la réalité sur le terrain entre autres avec ce que cela implique sur les délais de production.

Un exemple flagrant a été la production du livre « Empreintes Pop UP » en 2016. Planifié au départ pour être imprimé en septembre 2016, ce livre n'a finalement pu voir le jour que quelques mois plus tard. En effet, l'équipe de rédaction de ce livre (composée de

nombreuses personnes provenant de plusieurs associations) a pris du retard sur l'écriture finale du contenu, suite à de nombreuses corrections et ajustements. La graphiste d'Inform'Action, qui avait présenté sa maquette auparavant et effectué la première mise en page fin août a dû par la suite arrêter le travail. Le contenu n'était pas assez abouti et les rédacteurs ont dû se repencher sur le travail d'écriture, ce qui a pris deux mois de plus. Il n'était pas facile de leur faire comprendre que le changement complet de mise en page allait du coup aussi retarder le travail de la graphiste puisque elle devait quasi recommencer tout le travail... Le choix des photos au niveau de l'équilibrage politique et la représentation des différentes associations n'a pas été un travail facile non plus, sans parler du manque de légende qui ne permettait pas toujours à la graphiste de s'y retrouver... En finale, tout s'est quand-même bien passé, mais le délai d'impression a dû être postposé.

De manière générale, on peut regretter aussi parfois un manque d'anticipation dans l'écriture de certains textes qui n'étaient pas forcément écrits ou adaptés pour le bon support...

Un autre petit souci a été la procédure de validation des outils de communication. Avant toute impression par exemple, un document doit être validé par un « Bon à tirer » (BAT). Au sein de Pop UP, l'interlocuteur susceptible de transmettre ce BAT à Inform'Action n'était pas toujours très clair... et il est arrivé plusieurs fois à Inform'Action de recevoir des informations contradictoires provenant de différentes sources sans avoir un aval formalisé d'une personne en particulier mandatée pour s'exprimer au nom du groupe... Cela a particulièrement été le cas après le départ fin août 2015 de Lucie Terrasi, chargée de communication, et fin septembre 2015 d'Aurélie Clarembaux, coordinatrice Pop UP.

Une chose est sûre cependant : l'intense collaboration entre Pop UP et Inform'Action a permis que les choses aillent de l'avant, car c'est main dans la main que la plateforme et notre asbl ont travaillé ensemble tout au long de ces années.

Grâce à Pop UP, Inform'Action a pénétré un peu plus dans le monde des autres associations et a pu construire avec elles un projet ambitieux et émancipateur.

Grâce à Inform'Action, Pop UP avait l'assurance d'un accompagnement du début à la fin, dans un esprit d' **éducation permanente**. La plateforme a bénéficié de notre expertise, et de notre soutien, et ce, tout le long, malgré les ajustements et les imprévus. Notre mission a été de les écouter, de les comprendre, de réfléchir avec eux, de les guider de « faire avec eux » et non « pour eux ». De les faire bénéficier de nos conseils en communication, fruit de 40 ans d'expérience ; de leur « enseigner » notre savoir-faire, de les nourrir de nos succès et de nos échecs.

En outre, Inform'Action a été un des éléments qui a œuvré pour une plus grande visibilité des publics des associations, ces publics précarisés en manque de reconnaissance dans l'espace public... être un des maillons de la chaîne de tout un projet d'éducation permanente porté par les associations membres de Pop UP, avec tout ce que cela entend en termes d'émancipation, d'estime et de confiance en soi...

Car in fine, sans site internet, sans reportage vidéo, sans affiches parlant de leur œuvres, témoins de leur vécu, ...pas de visibilité... et c'est tout le fondement-même du projet Pop UP qui s'effondrait... Rendre visibles les invisibles...