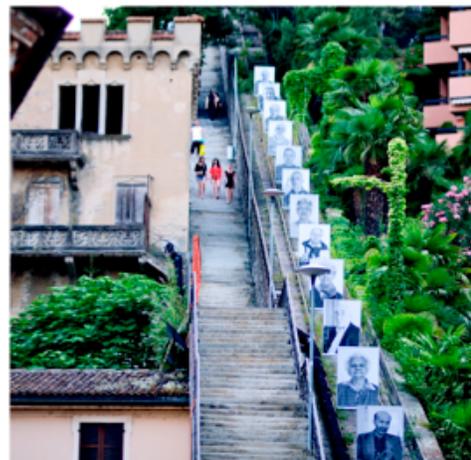




## Guide de création d'un Group Action

Tout d'abord, nous vous remercions de l'intérêt que vous portez au projet INSIDE OUT. Nous sommes ravis de voir que vous vous employez à changer le monde à travers l'Art en créant un Group Action!

Vous retrouverez ci-dessous les consignes générales concernant les Group Actions, la manière d'organiser votre projet, ainsi que le Guide Presse qui vous aidera à avoir toutes les cartes en main pour captiver l'attention des médias tant locaux que nationaux. Enfin et surtout, vous trouverez toutes les réponses à vos questions.



Qu'est ce qu'un Group Action ?

Un Group Action se forme dès lors qu'une ou plusieurs personnes décident de monter une action et de faire partie du Projet Inside Out. Pour qu'un Group Action soit valide, il faut avant tout deux choses. La première est d'avoir au moins 5 portraits de différentes personnes. Enfin, il faut avoir un message à véhiculer qui défende une cause qui vous est chère. Les portraits seront ensuite imprimés sous forme de posters, vous seront envoyés et seront affichés par vos soins dans le(s) site(s) que vous aurez choisi(s).

Le Group Action devra être géré par un ou plusieurs meneurs. Ils auront pour rôle de monter le projet, de contacter les personnes susceptibles de vouloir y participer, de prendre contact avec nous etc...

Les meneurs sont aussi invités à recueillir et partager l'histoire qui se cache derrière chaque portrait et chaque personne, à transmettre leurs messages sur les réseaux sociaux, à attirer l'attention des médias afin de mieux véhiculer et partager leur idée s'ils le souhaitent.

Le projet INSIDE OUT repose sur vous, les participants. Vous choisissez le message qui vous convient. Vous réalisez les portraits. Vous collez les affiches. Nous nous chargeons juste de vous accompagner dans votre démarche.

Dans Quel but?

Sensibiliser les gens

Mettre en avant un message

Promouvoir le changement

Entamer une conversation

Avoir un impact international

Renforcer votre communauté

Vous mobiliser pour votre cause

A travers votre action, les portraits Inside Out, un emplacement approprié et un message percutant, vous pouvez créer quelque chose de beau et puissant.

Quelques exemples d'actions ayant une grande visibilité



Action pour la paix sur la frontière, Juarez, Mexique



Manifestation pour une solution pacifique des deux États à Tel Aviv, Israël



Action Post-Révolution en Tunisie

Vous voulez vous lancer dans l'aventure Inside Out? Mener votre propre groupe!

**Pour quelles les raisons créer un projet INSIDE OUT ?**

Votre Group Action est-il un moyen d'exprimer une idée forte au sein de votre communauté ? Quelle histoire souhaitez-vous partager ? De quels réseaux de connections disposez vous ? Qui sont les personnes que vous voulez voir prendre part à votre projet ? Tentez de résumer brièvement votre intention en une ou deux phrases synthétiques qui augmenteront l'impact de votre action.

Voici, par exemple, les raisons pour les quelles certains participants ont eu recours à INSIDE OUT :

- Promouvoir une éducation libre à la frontière entre la Birmanie et la Thaïlande
  
- Manifester pour les droits des LGBT et contre toute discrimination à leur encontre dans les ambassades russes en Europe.

→→ Éduquer les enfants des maternelles sur la signification de ce qu'est l'identité

→→ Fédérer une communauté pour illustrer la spécificité de leur quartier ou de leur culture.

Quelques extraits de messages pour vous donner une idée :

- ” Nous pensons qu'éduquer les enfants doit impliquer une collaboration étroite entre l'école, les parents et leur communauté.”
- “C'est maintenant qu'il faut agir. Nous nous mobilisons pour une transition sociale ainsi qu'une solution pacifiste entre les deux États d'Israël et de Palestine.”
- “Juarez est considérée comme l'une des villes les plus dangereuses au monde. Notre objectif est de montrer l'autre facette de la ville, celle qui est ignorée par les médias. Les habitants de Juarez poursuivent leur vie en dépit de cette violence.”

**Trouvez des participants!** Vous pouvez utiliser la bouche-a-oreille, Facebook ou les journaux locaux afin de partager votre projet. Pour recruter des volontaires vous pouvez leur proposer de contribuer au collage.

**Évaluez le nombre de portraits que vous souhaitez utiliser.** Ceci dépend du nombre de sujets que vous souhaitez prendre en photo, de l'espace dont vous disposez pour votre collage et du nombre de personnes disponibles pour vous aider à les coller.

NB: Les actions les plus importantes qui ont été menées étaient pour la plus part relativement petites, avec seulement quelques d'affiches. Parfois les choses les plus simples ont le plus d'impact!

Cependant vous pouvez procéder à un collage plus vaste. En revanche, vous aurez besoin de plus de temps, de ressources et d'organisation.

Nous vous soutiendrons dans tous les cas!

**Trouver un lieu pour afficher vos posters.** Des murs aux fenêtres en passant par les toitures, il existe plusieurs manières de faire passer votre message. Joignez vos forces à celles de votre communauté pour avoir accès à ces sites privilégiés et ainsi partagez votre projet avec eux.

Les posters que nous imprimons sont à la verticale, en format portrait et ont pour mesure 91.44cm x 134.62cm. Si vous ne pouvez pas obtenir la permission d'utiliser un mur comme support, vous pouvez aussi afficher les portraits de façon illégale (si vous souhaitez courir ce risque). Si vous ne souhaitez pas prendre ce risque, une autre solution, qui a déjà fait ses preuves, consiste à tenir vous-même les affiches (ou à défiler en les tenant) dans un espace public avec des photographes pour capturer l'instant.

### Recueillez les portraits de vos participants.

Vous pouvez demander aux gens d'apporter leur propre portrait ou trouvez des photographes qui vous aideront prendre les photos. Les portraits ne nécessitent pas une qualité de professionnel ! Les deux choses qui importent sont la taille des fichiers (doit être supérieure à 1MB) et le cadrage (photo portrait comportant uniquement le visage du sujet).

Les animaux de compagnie, les portraits de dos, les groupes et les objets inertes n'entrent pas dans la définition du « visage ».

→ Pour vous faire une idée, voici des exemples de portraits que nous avons reçu et qui ne respectent pas nos consignes:



1. Nous sommes conscients que vous aimez photographier les gens que vous aimez, mais nous n'acceptons qu'une seule personne par portrait.

2. Nous aimons aussi les chiens, mais nous préférons les visages humains.

3. Un bon conseil, restez centré sur les visages dans vos portraits et rognez le reste !

4. Sans doute y-a-t-il un visage en dessous, mais nous aimerions justement le voir alors ne vous déguisez pas.

5. Merci d'être hyper-crétif, mais on garde une préférence pour les visages humains.
6. Bien tenté ! Mais on s'est vite aperçu de la supercherie ! Des visages, nous aimons les visages !

→ En panne d'inspiration ? Voici certains de nos portraits fétiches pour vous aider!



\*Astuce : Les meilleurs portraits sont expressifs, contiennent une émotion et deviennent donc captivants. Ils sont plus que de simples portraits de gens souriants ; ils semblent en fait refléter l'intériorité du sujet et traduire le vécu de cette personne en image.

**Obtenez le consentement des personnes impliquées dans les portraits.** Si vous souhaitez utiliser des photos d'autrui, il est nécessaire que vous ayez leur permission pour télécharger leur photo sur le site ainsi que pour les afficher en public. Lorsque vous téléchargez les photos sur le site, prenez le temps de lire les conditions d'utilisation. Vous aurez aussi accès sur notre site aux formulaires d'autorisation écrite de droit à l'image à faire signer à vos sujets. Si les participants sont âgés de moins de 18 ans, veuillez contacter INSIDE OUT par mail à l'adresse [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net) pour recevoir la documentation appropriée.

**Téléchargez les portraits et votre message sur [insideoutproject.net](http://insideoutproject.net).**

En tant que meneur, vous vous engagez à ne créer qu'un seul profil de groupe et à télécharger les portraits de vos membres sous forme de collection. Nous vous demanderons de bien vouloir nommer votre groupe, fournir votre message, une balise correspondant à votre groupe (mots clés qui permettront à n'importe qui de vous retrouver sur le site) ainsi que la localisation (coordonnées géographiques). Chaque fichier photo doit être au minimum de 1MB et 100ppp (dpi). Si vous rencontrez des difficultés sur notre site web, contactez nous à [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net) et envoyez-nous directement vos informations.

**Veillez nommer le dossier contenant les portraits comme ci-dessous:**

Ville\_pays\_nomduresponsabledugroupe\_nomduparticipant.jpg (ou.tif)

**Exemple:** Paris\_France\_JohnSmith\_JaneMiller.jpg  
Los\_Angeles\_USA\_JohnSmith\_AdrianDoe.TIF

**NE PAS UTILISER**

- D'espaces, utilisez “\_”
- De caractères spéciaux (comme ç é à ü)
- Veillez à ne pas utiliser de fichier .png

**Nous vous suggérons d'encourager les participants à faire des dons et à soutenir INSIDE OUT pour permettre à notre projet de continuer à exister.**

Lorsque que vous aurez téléchargés les portraits sont qu'ils seront validés, vous pourrez faire le don de votre choix pour permettre au projet Inside Out de continuer à exister. Nous suggérons une participation de 20 dollars USD par portrait. Ce montant nous permet de couvrir les frais de production et les frais de port (encre, papier et frais d'envoi). Ce montant contribue aussi à soutenir les actions d'autres groupes qui souhaitent monter un projet mais qui ne peuvent pas participer financièrement.

Si votre groupe ne peut pas se permettre de faire de dons, nous vous proposons de subventionner votre projet. Faites-nous parvenir votre demande de subvention à [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net). Les projets subventionnés sont sélectionnés en fonction des fonds disponibles et de la demande.

**Faites-nous parvenir votre adresse postale.** Car c'est à cette adresse que nous vous enverrons toutes les affiches pour votre action. Donc, assurez-vous que l'adresse communiquée est exacte s'il vous plait car nous ne pouvons être tenus responsables des erreurs de livraison.

**N'hésitez pas à nous tenir informé du téléchargement et de la prise en compte de vos affiches.** L'impression et l'expédition prennent trois à quatre semaines à compter de la réception des images et de vos dons. Merci donc de nous contacter en cas d'éventuelles contraintes temporelles afin que nous puissions réagir et

vous garantir la réception de vos portraits à temps.

**L'organisation de votre action.** Rassemblez tous ce dont vous aurez besoin (colle, raclette, brosses...), prévoyez une date fixe ainsi qu'une équipe pour vous aider pendant le collage. Des vidéos sont disponibles en ligne pour vous montrer la marche à suivre pour faire votre propre colle à base de farine, mais aussi pour vous montrer la procédure pour le collage.

**Documentez votre événement.** Assurez-vous qu'au moins une personne prenne des photos de la séance de collage (si possible avec une haute résolution pour que les photos soient utilisables). Vous pouvez également faire des vidéos de votre action. Il vous suffira ensuite de télécharger le tout (photos, vidéos et liens presse) sur le site afin de partager votre projet avec la terre entière !

→→ Lorsque votre action est terminée. Veuillez nous écrire par mail à [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net) pour nous envoyer, soit directement, soit par Dropbox ou encore Wetransfer :

1. Les photos de votre action en haute définition. N'hésitez pas à nous faire parvenir des photos prises pendant le collage mais aussi du projet aboutit
2. Tous liens presse et/ou tous PDF publiés à propos de votre action.
3. Tous fichiers vidéo ou liens sur YouTube que nous pourrions partager sur l'Inside Out Channel.

**Veillez nommer les photos de votre action comme ci-dessous:**

Ville\_pays\_nomduresponsabledugroupe\_numerodephoto.jpg (ou .tif)

**Exemple:** Paris\_France\_JohnSmith\_01.jpg  
Los\_Angeles\_USA\_MarieSmith\_01.TIF

#### **NE PAS UTILISER**

- D'espaces, utilisez “\_”
- De caractères spéciaux (comme ç é à ü)
- Veillez à ne pas utiliser de fichier .png

**Êtes-vous prêt à mener une action de groupe ?** Ecrivez nous à [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net) pour partager votre projet avec nous !

Pour vous inspirer, jetez un coup d'œil au projet INSIDE OUT sur Facebook, YouTube ou notre site !

[www.facebook.com/insideoutproject](http://www.facebook.com/insideoutproject) / [www.youtube.com/theinsideoutchannel](http://www.youtube.com/theinsideoutchannel)

# FAQ

Voici les questions qui nous sont souvent posées :

## **1. Je n'y comprends rien, est-ce un projet artistique ?**

Le champ d'action d'INSIDE OUT est pluridisciplinaire. Il se concentre sur le pouvoir de l'Art et des Idées susceptible de modifier la perception des choses, la manière d'agir, le quotidien et donc faire changer le monde. Le but de ce projet est de modifier les mentalités, ce qui explique la diversité des personnes impliquées et des projets réalisés.

## **2. Tout le monde peut-il participer à Inside Out ? Et les projets peuvent porter sur n'importe quel sujet ?**

Toute personne souhaitant monter une action avec Inside Out est la bienvenue, nous mettons tout en œuvre pour que chacun aie l'occasion de porter à bien son projet. De plus, tout sujet et tout message peuvent être supportés par Inside Out Project. Cependant, nous ne tolérerons en aucun cas les messages de haine, de violence, racistes, ou extrémiste de toute sorte.

## **3. Puis-je utiliser Inside Out pour mettre en avant ma marque, mon produit ou mon organisation ?**

Vous ne pourrez pas utiliser Inside Out dans le cadre d'actions commerciales, ni pour promouvoir des produits ou des marques. De même, vous ne pouvez pas utiliser votre action afin de promouvoir votre organisation même s'il s'agit d'une ONG. Ce sont des récits personnels qu'Inside Out souhaite mettre en lumière, et non pas les actions d'un parti ou d'une organisation spécifique.

## **4. AU SECOURS !!! Je souhaite réaliser un projet mais je n'ai pas les moyens de faire des dons.**

Afin de nous aider à financer le projet Inside Out, nous suggérons un don de 20 dollars USD par photo. Nous sommes conscients que cette somme est trop importante pour beaucoup de participants et nous ne voulons pas que certains projets n'aboutissent pas pour des questions d'argent. Donc, si vous ne pouvez pas financer votre action ou que vous ne préférez pas faire de dons, nous vous sponsoriserons ce qui vous permettra de recevoir vos posters gratuitement. La sélection des projets sponsorisés varie selon les moyens dont nous disposons et la demande.

## **5. Puis-je mettre mon affiche en intérieur ?**

L'équipe Inside Out vous encourage à placer vos affiches sur des emplacements auxquels vous avez accès et pour lesquels vous avez reçu une permission d'affichage. Le lieu de votre collage est un élément très important puisqu'il donne de la visibilité à votre action. Plus l'emplacement est visible, plus votre message sera perçu par les passants. Certains groupes choisissent d'afficher leurs portraits sur des fenêtres parce qu'elles sont visibles depuis la rue et ne demandent pas de collage mais restent néanmoins visibles de tous. Donc, vous l'aurez compris, la visibilité de votre action fait

partie intégrante des priorités du projet, coller des photos en intérieur n'a donc pas beaucoup de sens mis à part si les photos sont visibles de l'extérieur.

**6. Est-ce JR peut nous aider pour le collage, ou faire une intervention publique pendant notre projet ou encore venir à notre rencontre ?**

Malheureusement en raison de son emploi du temps chargé JR ne pourra pas participer à votre action. De plus, son souhait dans ce projet est de vous voir vous mobiliser seuls pour votre action. En effet, vous êtes à l'initiative de ce projet, il vous est personnel. Ce projet est un moyen de faire passer un message à travers vos portraits avec, comme source d'inspiration, l'utilisation des campagnes précédentes de JR. Il ne s'agit pas de JR en tant que tel, c'est donc à vous que nous attribuons le crédit des projets Inside Out.

**7. Quand est-ce je peux recevoir mes affiches au plus vite ? Je les veux dès maintenant !**

Nous savons bien que vous souhaitez recevoir vos affiches au plus vite, mais nous ne possédons qu'un petit studio avec une seule imprimante. Nous sommes donc limités en terme d'impression et d'envoi. Nous recevons des centaines de requêtes que nous tentons de satisfaire au plus vite. Sachez que plusieurs groupes ont déjà effectué une demande à l'heure où vous faites la votre. Nous vous prions donc de nous accorder trois à quatre semaines de délais, à partir du moment où nous recevons vos images, les droits d'image et vos dons, pour d'imprimer vos fichiers et de vous envoyer les posters. Une fois que les affiches sont expédiées, cela peut prendre jusqu'à deux semaines pour qu'elles vous parviennent, tout particulièrement si vous vivez loin de New York. Nous vous demandons donc de bien planifier votre projet à l'avance afin d'éviter tout désagrément et de nous accorder un maximum de temps.

**8. AU SECOURS ! Vous avez expédié mes affiches et je n'ai toujours rien reçu. Et là je commence à m'inquiéter.**

Nous vous expédions les posters via USPS parce que c'est la solution la plus rentable et qui nous permet aussi d'envoyer un maximum d'affiches. Les transferts de colis à l'International prennent au moins 10 jours ouvrables et les expéditions internes prennent environ 3 à 5 jours ouvrables. S'il vous faut un numéro de suivi, n'hésitez pas à nous contacter et nous vous fournirons les détails de l'envoi. Si votre colis est bloqué par les douanes, veuillez contacter votre bureau de poste local pour voir ce qu'ils peuvent faire. Les restrictions douanières varient d'un pays à l'autre et sont malheureusement hors de notre portée. N'hésitez pas à nous contacter en cas de problème et nous ferons de notre mieux pour vous venir en aide.

**9. Ce site est bizarre. Il ne fonctionne pas, je n'arrive pas à télécharger mes photos.**

Malheureusement, notre site rencontre des difficultés de façon régulière en raison du nombre élevé de visites par jour et des bugs fréquents. Si cela vous arrive, contactez-nous par mail pour obtenir de l'aide. Si vous voyez que le site est en cours de construction, ne perdez pas votre temps à tenter d'y accéder, envoyez-nous directement

vos images ou tout autre élément par mail.

#### **10. Comment procéder à un collage ? Comment puis-je préparer ma colle à base de farine ?**

Vous pouvez préparer votre colle faite maison avec du sucre, de la farine et de l'eau. Vous pourrez trouver sur notre site une vidéo qui vous fournira les indications nécessaires afin de créer cette colle et d'afficher vos posters.

<http://www.insideoutproject.net/resources.html>

Si vous avez d'autres questions auxquelles nous n'avons pas répondu ci-dessus, n'hésitez surtout pas à nous envoyer un mail. Compte tenu du nombre important de mails que nous recevons, veuillez noter que cela peut nous prendre quelques jours avant de pouvoir vous répondre.

## **PRESS GUIDELINES FOR PARTICIPATION:**

Guide pour la Presse concernant le projet Inside Out

En tant que participant à Inside Out Project, vous aidez le vainqueur du Prix TED 2011 à réaliser sa volonté de changer le monde en créant un mouvement dans lequel les gens se réunissent pour une cause qui les touche et sont prêts à s'investir dans un projet artistique collaboratif de grande envergure.

En offrant votre propre photo et votre message personnalisé et en partageant le projet Inside Out avec votre communauté, vous prenez activement part à la réalisation du souhait de JR.

**Merci de tenir compte des directives ci-dessous sur votre site internet, dans la promotion de votre action, dans vos communiqués de presse, dans vos mails et lors de tout entretien avec la presse:**

Ceci est un Group Action lié à Inside Out Project, et non pas à TED ou JR. Afin d'éviter toute confusion que ce soit avec l'œuvre de JR ou la marque TED, il est indispensable de clarifier que votre événement est organisé de façon totalement indépendante en tant qu'«Inside Out Project Group Action ». Vous pouvez être votre propre porte-parole mais ne pourrez pas vous exprimer au nom de TED ou d' Inside Out Project ou encore au nom de JR.

Ne dites pas que « TED ou JR vient à [nom de votre ville]. » Évitez également de dire que votre événement est « organisé par TED ou JR », « sponsorisé par TED ou JR » ou est un « événement officiel de TED ou JR ». Tout(e) journaliste souhaitant en savoir plus sur le Prix TED, TED, JR ou encore Inside Out Project est prié(e) de nous contacter à [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net).

**A l'attention des journalistes.** Demandez à vos journalistes locaux de se rendre sur la section média de votre site internet (si vous avez créé une votre propre site). Ils peuvent aussi se reporter au site d'Inside Out Project (<http://www.insideoutproject.net/>) s'ils veulent des informations plus détaillées sur la nature du souhait de JR lors du Prix TED.

**Les interviews.** Si vous êtes invité(e) pour un interview télévisé ou à la radio, prenez soin de préciser en amont que votre événement est organisé à votre seule initiative mais que vous prenez part à un Inside Out Project.

Chaque demande concernant un entretien avec le staff de TED ou celui de JR ou avec JR lui même, doit être adressée à [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net).

**Recevoir les média à votre événement Inside Out Project.** A TED, nous nous contentons d'un nombre minimum de journalistes. Nous vous prions de bien vouloir en

faire de même. N'invitez que les médias que vous connaissez personnellement. S'ils viennent, nous vous prions de vous plier aux directives mentionnées ci-dessus sans jamais vous faire passer pour un porte-parole de TED, d'INSIDE OUT Project ou de JR.

**Les communiqués de presse.** Tout communiqué de presse doit être validé par les services média d'Inside Out Project, que vous pouvez joindre à l'adresse collective [jr@insideoutproject.net](mailto:jr@insideoutproject.net).

Si vous souhaitez publier un communiqué de presse concernant votre participation à l'Inside Out Project, voici ce qu'il vous faudra inclure :

- Le nom donné à votre événement.  
Par exemple : The Inside Out Project : Artocratie en Indonésie
- Le lieu de votre action (Soyez précis)
- La date et l'heure
- La liste des participants (si vous souhaitez la rendre publique)
- Le thème de l'action et votre message personnel sur l'action de la communauté
- Vos coordonnées

**ATTENTION :** Les communiqués de presse doivent comprendre une section « A propos du Prix TED » et « A propos d'INSIDE OUT Project » comme suit :

A propos d'INSIDE OUT PROJECT :

INSIDE OUT est un projet artistique de grande envergure qui transforme les messages identitaires à caractère personnel en œuvre d'art artistique collective. Il se constitue uniquement de portraits photo en noir et blanc qui permettent de découvrir et de révéler mondialement des récits personnels. Ces images téléchargées numériquement sont imprimées puis renvoyées à leurs auteurs afin qu'ils puissent les exposer dans leur propre communauté. Les affiches peuvent être placées n'importe où, qu'il s'agisse d'une image isolée sur la vitre d'un bureau ou d'un mur délabré ou encore d'un stade entier. Ces expositions sont ensuite documentées, archivées et mises en ligne sur le site internet suivant: <http://www.insideoutproject.net/>.

Le projet INSIDE OUT a été créé par l'artiste JR, lauréat du Prix TED en 2011 (voir la Conférence de JR au TED Talk ici [JR's TED talk here- add](#) )

A propos du Prix TED :

Le premier Prix TED fut octroyé en 2005. Il est né des conférences TED et d'une envie commune aux plus grands entrepreneurs et artistes de la planète de changer le monde - One wish at a time (Un Souhait à la fois).

La récompense du Prix TED: Le lauréat reçoit un million de dollars, ainsi que l'expertise et les ressources de la communauté TED afin d'engendrer un changement global. Ce qui, au début, était une expérience permettant de mettre en commun les ressources de la

communauté TED afin de provoquer un changement profond à l'échelle mondiale, s'est mué en l'une des récompenses les plus prestigieuses.

De la campagne ONE de Bono (5<sup>ème</sup> lauréat) à la Révolution nutritive de Jamie Oliver (10<sup>ème</sup> lauréat) au projet Inside de JR (11<sup>ème</sup> lauréat) le prix TED a aidé à combattre la pauvreté, l'intolérance religieuse, l'obésité infantile, à faire avancer l'éducation et à développer l'Art à travers le monde entier.

Pour en savoir plus sur le prix TED, rendez-vous sur [www.tedprize.org](http://www.tedprize.org).

**MERCI POUR VOTRE PARTICIPATION ET BONNE CHANCE A TOUS !**

L'équipe IOP

