

# Danube Projekt

Danube  
projekt2006

## Rencontres musicales le long du Danube

*Alma est une formation musicale salsa\_dub créée en 1998. De mars à juin 2006, elle organise avec l'association Mostar Style une tournée originale, en péniche le long du Danube, à la rencontre de publics et d'artistes européens.*



**Descendre le Danube, de Frankfort en Allemagne à Constanta en Roumanie.** La péniche, aménagée en salle de concert, permettra de recevoir entre 150 et 200 personnes en toute sécurité. Nous voulons, de cette manière, perpétuer le rôle du fleuve comme lieu de rencontre des cultures.



**Organiser une trentaine de représentations de l'opéra reggae Djafaj,** précédées de concerts avec des groupes locaux. L'organisation et la promotion de ces événements seront le fruit d'une collaboration passionnante avec nos contacts dans les villes traversées.

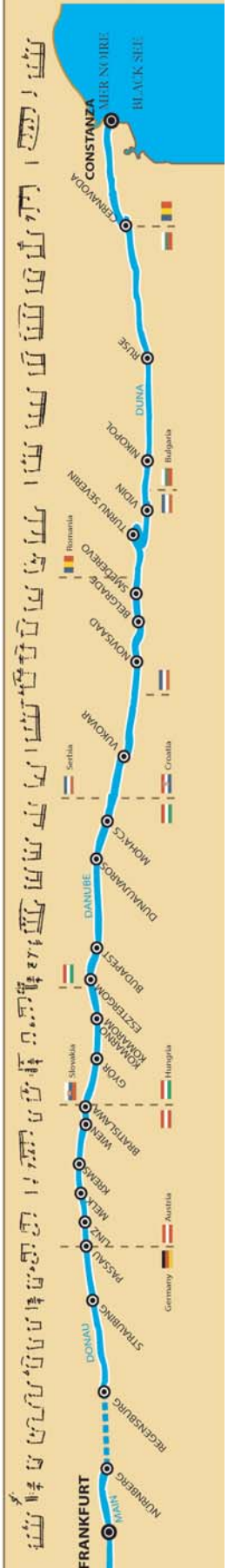


**Donner l'opportunité à des groupes locaux** de participer à ce projet d'envergure de différentes manières :

- . **En leur offrant de se produire sur scène dans des conditions professionnelles** : une partie de leur répertoire sera enregistrée pour leur permettre de réaliser une maquette, voire un album live.
- . **En les faisant participer à la représentation de Djafaj** : une personne du groupe local prendra le rôle du conteur, dans sa langue maternelle, rendant plus accessible au public le fil de l'histoire. Nous intégrerons aussi l'ensemble du groupe pour deux ou trois chansons originales dans l'acte III de l'opéra.
- . En produisant, avec ce matériel, **un album rassemblant une quinzaine de chansons d'artistes** rencontrés d'ouest en est du Danube et de l'Europe. Cette compilation sera destinée aux publics locaux ainsi qu'aux organismes culturels nous ayant soutenus.

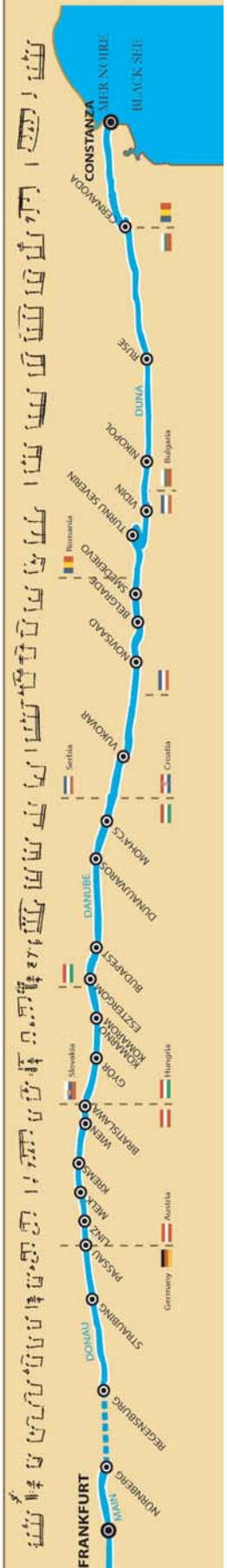
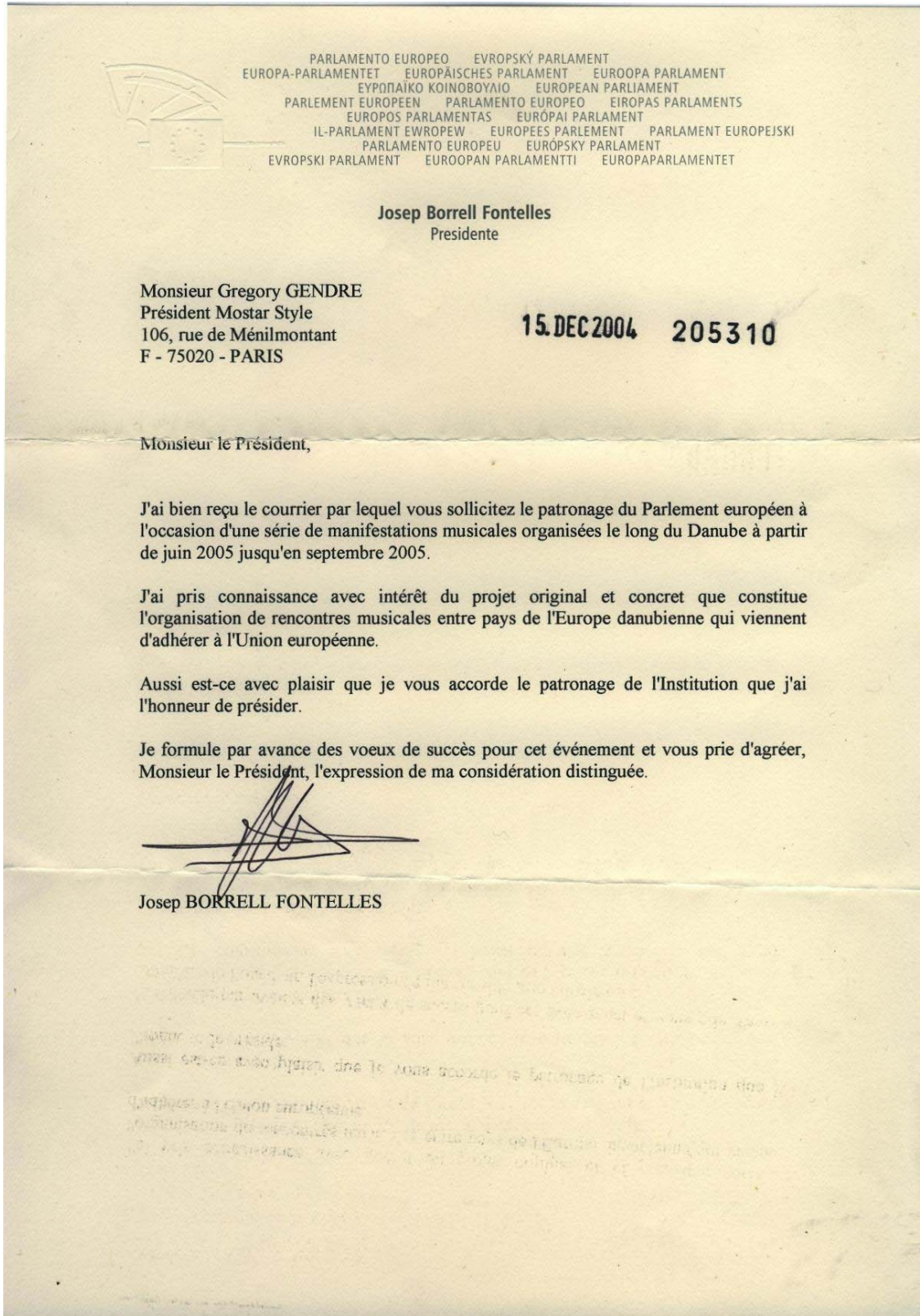
Pour permettre de gérer à distance et de manière collaborative l'avancée du projet, nous avons mis en place un outil Internet spécifique. Cette plate-forme comprend une base des contacts des 8 pays traversés : artistes, institutions, partenaires privés, publics et associatifs. Elle comprend également un chat, un webmail sécurisé, un système gestion de fichiers, etc...

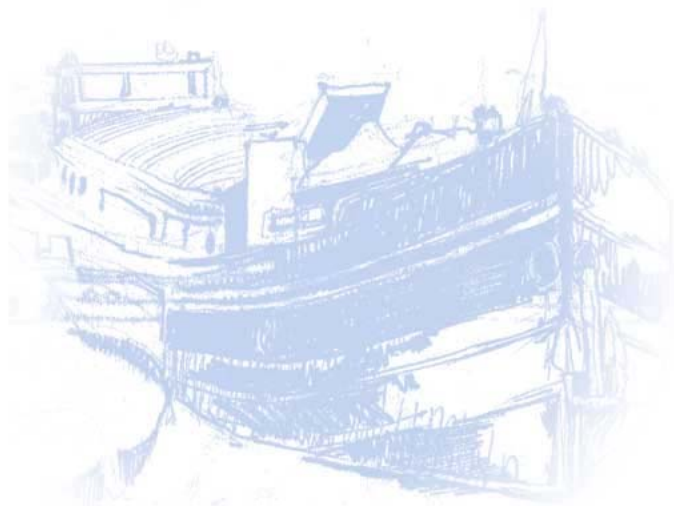
Nous mettrons cet outil à disposition des artistes et acteurs culturels souhaitant favoriser et valoriser les échanges intra européens, **en assurant de cette manière la pérennité du projet.**



## Un projet sous le patronage du Parlement Européen

**NOTE :** Le Danube Projekt était à l'origine prévu pour l'été 2005 et la lettre de M. Josep Borrell Fontelles a été rédigée avant que la décision de report au printemps 2006 ne lui ait été communiquée. Nous attendons une nouvelle version de cette lettre.





## Contenu du dossier

### L'idée

**Présentation générale** – 4 – une introduction à la philosophie du projet

**Concerts** – 5 – l'organisation des concerts

**Compilation européenne** – 6 – la production d'une compilation des meilleurs enregistrements

**Djafaj, un opéra reggae** – 7 – le spectacle d'Alma

### La réalisation

**Planning** – 8 – les étapes de la préparation du projet

**Plan de communication** – 9 – quelle visibilité pour le projet ?

**Offre partenariat** – 11 – l'offre faite aux sponsors

**Budget** – 12 – un résumé du budget du projet

**Les Partenaires** – 13 – les acteurs qui nous soutiennent

**Equipe** – 14 – présentation d'Alma et de Mostar Style



# Présentation générale

## Pourquoi s'intéresser au Danube ?

L'effondrement du bloc socialiste, la construction européenne et le récent élargissement ont fortement remodelé l'Europe. Ces soubresauts de l'histoire rejoignent une liste déjà longue mêlant, entre autres, le Limes de l'Empire romain, les chevauchées des Huns, le siège de Vienne par l'Empire Ottoman en 1529, l'autonomie de la Bulgarie et de la Roumanie en 1878, etc. Seul dénominateur commun dans cette liste non-exhaustive : le rôle clé joué par le Danube tour à tour utilisé comme frontière, muraille naturelle, vecteur de communication ou axe migratoire.

Elément fondamental de l'histoire européenne et de ses constructions successives, le fleuve représente un patrimoine commun à l'ensemble des populations européennes. 3500 kilomètres de voies navigables relie désormais Rotterdam à la mer Noire et les 2 857 kilomètres du Danube permettent ainsi de traverser l'Europe d'ouest en est.

Patrimoine européen, le Danube est à la fois acteur et vecteur de son histoire. Et c'est pour mettre en valeur cette double particularité du fleuve que nous organisons cet événement culturel. Si historiquement, écologiquement et géologiquement, le Danube a contribué à former l'actuel visage de l'Europe, il a également fortement influencé son paysage culturel. Quel meilleur ambassadeur que le fleuve lui-même pour multiplier ces échanges ?

Le concept du Danube Projekt repose sur trois axes principaux :

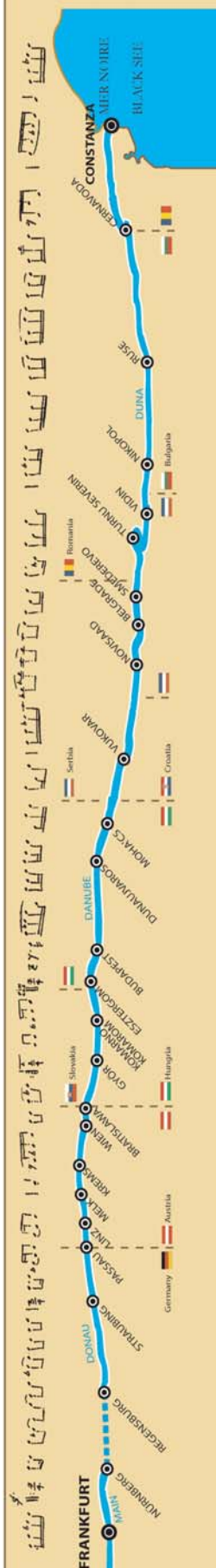
- La promotion du Danube comme vecteur culturel grâce à la mise en place d'un réseau transeuropéen de partenaires,
- la réalisation de 30 concerts sur une péniche aménagée en salle de spectacle de 200 places permettant à des groupes locaux et à Alma de se produire dans des conditions professionnelles au long d'un parcours de trois mois, entre Francfort (Allemagne) et Constanta (Roumanie),
- la diffusion dans l'ensemble des pays traversés d'une compilation (CD et DVD) des meilleurs titres enregistrés sur la péniche.

Le principe de la tournée est fondé sur la rencontre d'artistes aux cultures et aux performances variées. Réunis au sein d'une entité commune en pleine évolution baptisée Europe, ces artistes symbolisent les mutations culturelles de leur société. Cette traversée de l'Europe par le Danube est ainsi l'occasion de réfléchir sur ces notions. Le fleuve représente naturellement un poumon écologique pour l'Europe, mais également un poumon culturel car il est fondamental que les échanges se multiplient alors que le brassage des cultures va aller, naturellement, en s'accroissant.

Alors que les résultats des dernières élections européennes ont souligné le côté abstrait et lointain d'une Europe trop souvent qualifiée de bureaucratique, nous voulons prendre le pas inverse en développant le concept d'une « Europe de terrain ».

La compilation réalisée pendant la tournée jouera ainsi un rôle de vecteur culturel à l'attention de publics différents que nous aurons rencontrés, comme l'aura été le Danube pour sa réalisation.

Nous larguons les amarres dans cette logique.



# Les concerts

La péniche sur laquelle Alma part à la découverte de l'Europe le long du Danube sera transformée en salle de concert flottante.

## Fiche d'identité

- Capacité de 150 à 200 personnes.
- Entrée payante, prix (à titre indicatif)
  - France, Allemagne, Autriche : 6 €
  - Slovaquie, Hongrie : 4 €
  - Croatie, Serbie, Roumanie, Bulgarie : 3 €
- Tout style de musique (traditionnelle, rock, pop, reggae, électronique...)
- Scène pouvant accueillir une dizaine de musiciens
- Sonorisation et éclairages de qualité professionnelle
- Stand proposant des spécialités des pays traversés (nourriture comme boisson)
- Service d'ordre

Contrairement à la démarche habituelle des artistes qui recherchent des lieux où se produire, nous proposons une salle itinérante qui va à la rencontre des artistes.

Chaque artiste et chaque groupe va ainsi pouvoir jouer « à domicile », devant son public, sur une scène professionnelle et européenne, sans frais de déplacements. Tous se produiront dans les mêmes conditions pour permettre au public d'apprécier le talent de chacun.

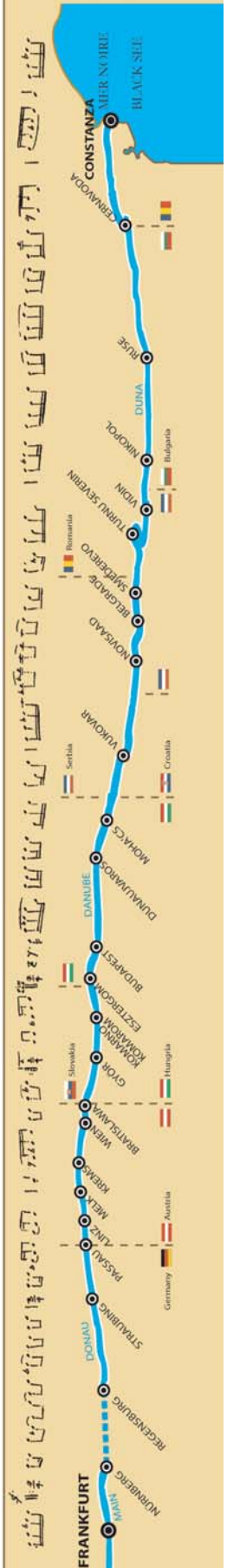
La sonorisation et le matériel d'enregistrement professionnels permettront d'offrir à chaque groupe un 'live' de qualité, les meilleurs enregistrements constituant le matériau de la compilation européenne produite et distribuée à l'issue du projet (CD + DVD).

## Les types d'événements

Dans un souci de rencontre entre les différents types de culture et de formes d'art, nous proposons autour de la péniche trois types d'événements :

- L'événement qui occupera la grande majorité des représentations prévues (une trentaine de dates), est la représentation du spectacle d'Alma, précédé du concert d'un groupe local présélectionné. Ces concerts seront enregistrés pour la production de la compilation Européenne.
- A toute salle de concerts de qualité ses grands musiciens ! Nous développons un partenariat avec des artistes de grande renommée. Le trajet de la péniche sera donc rythmé par quelques temps fort : les concerts de groupes de renommée nationale. Ces groupes participeront à la médiatisation du projet et donneront du crédit à la compilation européenne.
- La péniche servira de théâtre à tout type d'activité culturelle :
  - Les associations culturelles locales vont pouvoir utiliser la portée médiatique européenne du projet en présentant leurs activités au public.
  - Des artistes graphiques vont pouvoir exposer dans la péniche, permettant à l'ambiance d'évoluer en fonction des pays.Ces activités permettront à la péniche de vivre pendant la journée, et aux différents acteurs de faire connaissance et de créer des liens.

Pour des raisons techniques, les artistes ne pourront pas voyager sur la péniche avec nous. Nous serons donc les relais des artistes en faisant voyager leur art et leur musique. La péniche deviendra ainsi le lien culturel entre les différents types d'arts, les différentes langues et cultures.



# Compilation européenne

Lors de chaque étape de la péniche le long du Danube, toutes les prestations scéniques seront enregistrées pour permettre la production d'une compilation des meilleurs morceaux des artistes participant à l'événement.

Le choix des morceaux qui figureront sur la compilation sera effectué par une délégation composée par :

- les représentants de production de Mostar Style
- des représentants du/des label(s) participant à la production du CD.

Le tout en collaboration avec les artistes.

## Objectif

L'objectif est d'ouvrir les portes des circuits professionnels de production aux artistes, et d'enclencher le dialogue entre différentes structures européennes (associations, presse, labels, autres artistes, etc.), pour favoriser l'essor d'une culture européenne.

Ce CD sera pour les artistes comme une carte de visite. Le livret accompagnant le CD présentera le style et leur parcours de chacun, ainsi que toutes les coordonnées utiles.

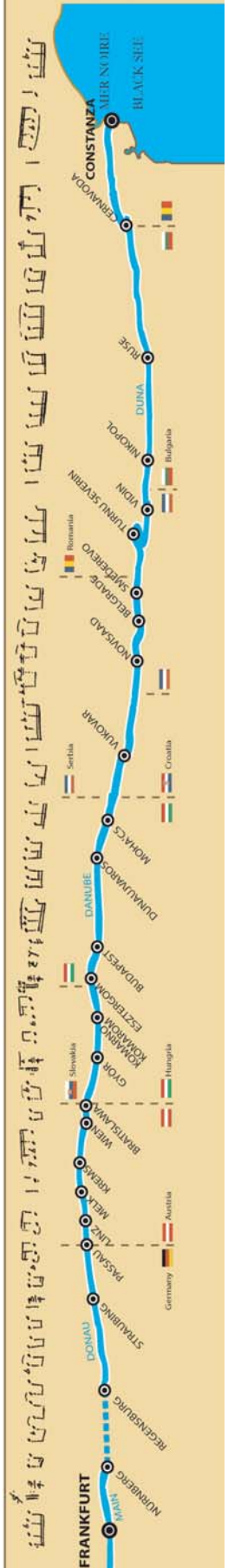
## Enregistrements

Lors de chaque concert, la totalité de la prestation sera enregistrée avec du matériel de qualité professionnelle ;

- en multipiste pour permettre la post production.
- en numérique pour réduire le coût d'investissement et assurer la compatibilité du support d'enregistrement (disque dur) avec tous les studios.

Les artistes pourront, s'ils le désirent, disposer d'un enregistrement de leur prestation pour utilisation personnelle (production et distribution d'un disque « live » ou d'une maquette).

Ils joueront tous dans les mêmes conditions pour garder une cohérence générale au niveau du son.



# Djafaj – un opéra reggae

Les musiciens d'Alma sont constamment en train de recréer leur univers et de travailler afin de communiquer sa richesse au public. L'opéra conté est le format qui a été choisi pour transmettre cette atmosphère poétique. Après une version 'théâtre de rue' du spectacle en France, Alma le présentera le long du Danube en invitant des groupes locaux à participer au déroulement de l'histoire.

## L'histoire

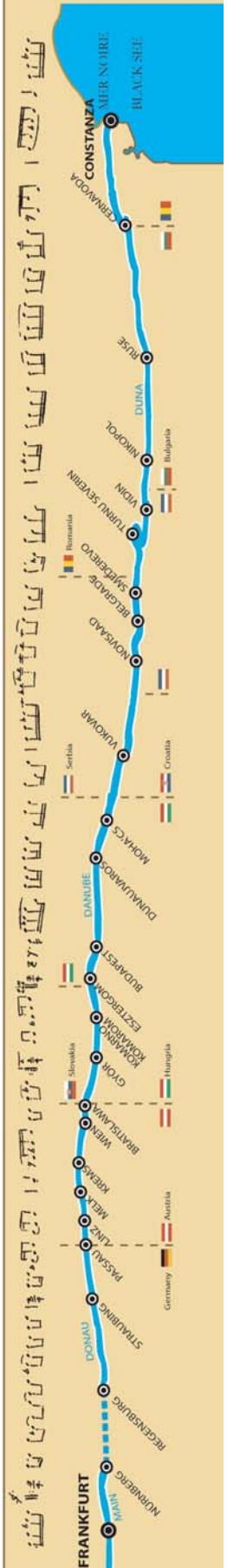
Capturé par un savant machiavélique, Djafaj est envoyé sur une île perdue. Il y rencontrera plusieurs personnages et opportunités qui lui permettront de comprendre sa situation : il doit choisir entre rester sur l'île, oubliant sa quête initiale au risque de se faire contaminer par la folie des autochtones, et partir sur le prochain bateau quitte à recommencer sans cesse cette histoire dans d'autres lieux. Au cours de ce voyage initiatique, des bribes de réponses seront révélées à Djafaj au fur et à mesure de ses rencontres, tout au long de la pièce...

## Un projet artistique trans-européen

Comme Djafaj sur son île, Alma voyagera dans le huis clos de la péniche et se forgera une expérience musicale supplémentaire au fur et à mesure des rencontres et confrontations culturelles. Il est donc important de non seulement jouer à côté des groupes locaux, mais aussi de les intégrer dans l'opéra lui-même. Nous leur proposerons, en plus de leur concert, de jouer 2 à 3 morceaux au cours de l'Acte 4 de Djafaj : encadré entre une introduction prédéfinie et une fin adaptée afin que leur intégration se fasse de manière transparente, il leur sera laissée une totale liberté pour exprimer leurs propres réponses aux questions de Djafaj.

De plus, afin de rapprocher le public de leur univers, Alma s'arrangera avec les groupes locaux afin de faire figurer dans la pièce un musicien qui tiendra le rôle de conteur dans sa langue maternelle. Telle une tour de Babel, la péniche deviendra ainsi un lieu privilégié de compréhension et de communication.

“La musique d'Alma est un mélange expressif de reggae et de salsa, auquel s'ajoutent des effets dub en live pour construire un environnement cohérent à l'accueil du public. Richesse de la palette harmonique, puissance de la section rythmique, chaque détail est soigné afin d'aider à transmettre des émotions aux spectateurs, pour lesquels le voyage continuera bien au-delà de la fin du spectacle...”



# Calendrier

## Phase 1 – Jusqu'à décembre 2005

### Culturel, communication

- Choix et signatures des groupes locaux
- Premières représentations de Djafaj avec invités à Paris ou ailleurs
- Adaptations locales de l'opéra (traduction des parties narratives)
- Pré-tournées en Allemagne, Slovaquie, Hongrie (été 2005) & Concerts à Paris avec des groupes venus d'Europe de l'Est (mai et juin 2005, novembre 2005),
- Campagne de presse, distributions de tracts dans les villes cibles
- Fixation des dates de concerts

### Financement

- Signature des contrats de partenariat, mécénat ou subvention et premiers versements
- Poursuite de l'autofinancement par diverses ventes et concerts

### Administratif

- Coordinations des différentes antennes locales
- Obtention des autorisations pour la navigation, les escales de la péniche et les concerts
- Mise en place du planning et du parcours définitif

## Phase 2 – Décembre 2005 à Mars 2006

### Culturel, communication

- Aménagements spécifiques et premiers événements dans la péniche
- Rodage du matériel, du lieu et de l'équipe artistique et technique
- Campagne de presse, campagne d'affichage et de distribution de tracts.
- Concert d'Alma et groupes européens (janvier 2006), et Festival de Lancement à Paris (mars 2006)

### Financement

- Achat ou location de la péniche. Assurances.
- Paiement de main d'œuvre non bénévole pour les plus gros travaux
- Achat du matériel (son, enregistrement, lumière)

### Administratif

- Mise à disposition du bateau, aménagement et mise aux normes. Expertises.
- Mise en place du relais technique par étape (réparations, médecins, internet...)
- Finalisation du contrat avec le batelier

## Phase 3 – Avril 2006 à Juin 2006

### Culturel, communication

- Concerts et enregistrements. Echanges entre artistes.
- Diffusion régulière de contenu (radio et internet). Interviews : presse écrite, radio, télé
- Premières écoutes et présélection avec les groupes du matériau brut

### Financement

- Recettes sur droits d'entrée aux différents événements, buvette.
- Essence, péniche, salaires (batelier et intendant), intendance
- Sécurité et emplois occasionnels

### Administratif

- Règlement des droits de douanes
- Règlement des droits voisins

## Phase 4 – Juillet 2006 à Octobre 2006

### Culturel, communication

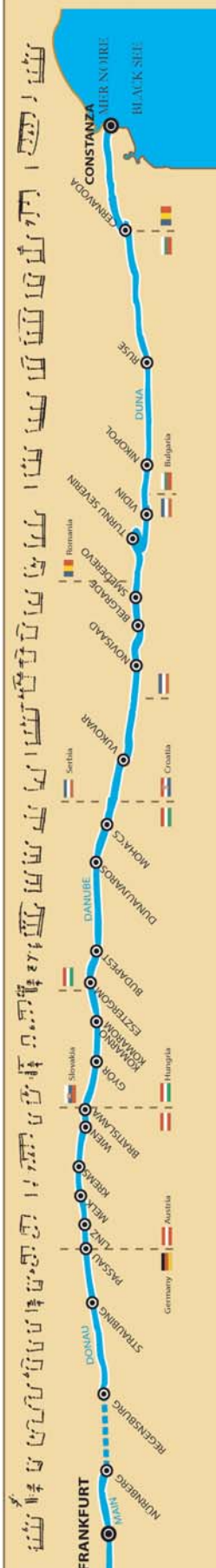
- Choix des titres de la compilation
- Mixage, masterisation, réalisation du packaging
- Communication a posteriori, mise à disposition de contenu pour les partenaires
- Lancement européen du CD et distribution
- Derniers concerts sur la péniche

### Financement

- Recettes de vente de CD
- Vente du matériel de sono
- Fin de location de la péniche ou revente

### Administratif

- Règlement des droits voisins pour la compilation
- Bilan financier du projet et expertise comptable
- Production des pièces nécessaires à nos différents partenaires





# Plan de communication

Notre plan de communication s'articule autour de trois phases majeures :

Avant le projet, c'est à dire dès maintenant, des événements à l'étranger et à Paris (voyages de reconnaissance dans les pays, concerts) mobilisent les médias et lancent le buzz : ce projet atypique fait parler de lui.

La newsletter permet de tenir les gens informés de l'avancée des préparatifs et nos démarches actuels vers le privé, le public et tous les acteurs culturels et associatifs mettent d'ores et déjà en avant nos partenaires actuels.

Durant l'événement, la communication est à double sens : la couverture média de l'événement est assurée par un réseau de partenaires européens, aux niveaux local, national et européen. D'autre part, nous fournissons du contenu (articles, enregistrements, vidéos) aux partenaires qui le désirent : les entreprises privées peuvent ainsi en bénéficier pour leur site ou leurs médias internes, les radios pour des émissions spéciales et régulières...

Enfin, la fin du trajet ne signifie pas la fin du projet : nos partenaires pourront bénéficier des archives de contenu de tout le projet, nous pourrons nous déplacer pour des conférences ou d'autres événements spéciaux, et le réseau créé par le projet restera plus que jamais actif!

## La presse

Nos relations avec la presse ont déjà abouti à la mise en place de partenariats avec des journaux locaux comme par exemple en Slovaquie : *SME*, *Slovak Spektator* et *Speks* qui assureront l'annonce et la couverture de l'événement, mais aussi avec des éditeurs de contenus en ligne spécialisés sur l'Europe ( [europeplusnet.info](http://europeplusnet.info) et [centreurope.org](http://centreurope.org) ) qui ont déjà commencé à parler du projet et qui assurent un suivi global de l'événement depuis sa genèse jusque à notre retour, la compilation et la pérennisation de notre réseau.

Nous commencerons notre campagne de relations presse (rédactions et envois de communiqués de presse, interviews, etc.) à partir du mois de janvier à partir d'un fichier presse (presse généraliste et presse spécialisée) que nous élaborons actuellement dans les différents pays traversés et en France.

## Les Radios

Avec la diffusion de son premier CD, Alma est maintenant diffusé sur les ondes. Lors des différentes interviews du groupe, les musiciens d'Alma mettent tout particulièrement l'accent sur la présentation du projet et de ses partenaires.

Le Danube Projekt est aussi une opportunité pour nos partenaires « radio » de construire leur réseau européen : sous l'impulsion de Iastar (Fédération des radio campus de France) nous mettons en relation des radios sur la base d'échange de contenu et de diffusions des enregistrements live.

## Internet

Notre site est un vecteur de communication majeur pour présenter l'événement à différents publics. Sa fréquentation est en constante progression depuis le mois de mai dernier, date de notre premier voyage à Belgrade. Il est régulièrement mis à jour via des dépêches, des photos et autres contenus réalisés soit par nous, soit par nos partenaires.

Grâce à une connexion internet installée sur la péniche, le site sera enrichi au fur et à mesure du trajet : journal de bord, photos, enregistrements sonores et vidéo permettront ainsi de suivre le périple depuis l'extérieur de la péniche.

Bien entendu, le site continuera d'évoluer une fois le voyage terminé, notamment pour tenir informés nos partenaires ou autres participants au projet de l'évolution et des retombées de



l'événement.

## La télévision

De part sa dimension culturelle et visuelle le projet intéresse déjà les télévisions hongroises, slovaques et serbes qui ont prévu de réaliser différents reportages à l'occasion de notre arrivée dans ces pays. Nous continuons à travailler dans cette direction avec d'autres chaînes pour utiliser au maximum ce médium

## La construction d'un réseau européen

L'ampleur du projet et sa philosophie mettent l'Europe au centre de notre réflexion. Depuis mars 2004, nous avons ainsi débuté la construction d'un réseau de travail international avec des institutions, des entreprises privées et différents acteurs culturels en France et à l'étranger.

Ces partenaires représentent notre premier relais pour diffuser et informer les publics de l'évolution de l'événement (diffusion de communiqués de presse, relais dans les médias, etc.) mais aussi tout autant de personnes qui de part leur intérêt pour le projet porteront leur intérêt sur les autres acteurs et partenaires.

## La news letter

Cette lettre électronique envoyée mensuellement en anglais et en français permet d'informer directement l'ensemble de nos contacts à travers l'Europe. Qu'il s'agisse de partenaires directs ou de personnes privées, cette lettre sert de lien pour souligner la construction commune de l'événement.

Dès les premiers numéros, nous avons pu clairement mesurer l'intérêt de cet outil notamment par les retours qu'elle provoque et les pics de fréquentation du site web qui en découlent.

## Les événements

Nous utilisons les concerts et réunions autour du projet dans une logique « click and mortar ». Si le click fait référence à notre réseau virtuel et notre organisation en ligne, le mortier représente le moment où nous évoquons le projet en direct. Lors des concerts nous présentons le projet sur scène mais également par l'intermédiaire d'un stand où le public peut poser des questions et avoir une visibilité sur les différents intervenants. Nous organisons un à deux concerts de taille moyenne par mois, en association avec des groupes originaires des pays du Danube, qu'ils soient basés à Paris ou non, afin de débiter dès maintenant notre coopération trans-européenne.

De même, pendant la tournée, nous ouvrons notre péniche à nos partenaires pendant les journées où nous restons à quai avant les concerts. Ceux-ci pourront ainsi profiter de notre présence et de la publicité liée à notre arrivée pour organiser des manifestations autour de leurs activités et amener un maximum de publics à découvrir leurs actions.

## La communication de terrain

Chaque événement, depuis les concerts de lancement (*Carribbean Festival* en novembre 2004 à Bratislava et *concert à l'Olympic café* à Paris en janvier 2005) jusqu'aux concerts de clôture et de promotion de la compilation en septembre 2006, a fait et fera l'objet d'une campagne d'affichage et de tractage spécifique.

Les logos de nos partenaires occupent une place privilégiée sur ces supports qui sont très largement diffusés. Cela leur assure dès maintenant une grande visibilité pour un public cible qui est jeune, dynamique et intéressé par les problématiques européenne, que ce soit en France, Allemagne et Autriche ou dans les pays émergents de l'Europe et qui sont autant de nouveaux marchés potentiels.

## La compilation

Distribué en France et à l'étranger, ce CD représente l'aboutissement concret de notre réflexion. Composé des titres des groupes locaux invités à jouer sur le bateau, il symbolise en musique ce que peut-être une utilisation du Danube comme vecteur culturel.

Le livret du disque sera ainsi l'occasion de retracer l'histoire particulière de cet album tout en remerciant directement les partenaires qui auront permis sa réalisation.



# Offre partenariat

En devenant notre partenaire, une entreprise ou une institution prend part à un événement culturel européen réellement innovant, fédérateur et atypique.

Alors que l'élargissement de l'Europe est au cœur de l'actualité mais aussi des préoccupations de peuples qui se connaissent encore assez mal, cette tournée est un moyen concret permettant de bâtir une Europe de terrain. De par les valeurs qu'il véhicule – partage des cultures, développement durable et favorisation des rencontres – notre projet soulève un enthousiasme unanime chez toutes les personnes auxquelles nous l'avons déjà présenté. Première victoire, tous nous remercient pour notre travail et cette initiative.

En embarquant avec nous, vous avez donc l'opportunité de disposer d'une large couverture médiatique grâce à nos partenaires présents tout au long du Danube (radio, TV, presse internet) et d'être acteur de cet événement à l'image hautement positive.

Deux formules vous sont offertes :

## **Partenariat local**

Vous sponsorisez un événement, dans une ville à une date donnée vous permettent d'obtenir un retour sur investissement immédiat :

- Présence de votre logo sur les affiches, tracts et communiqués de presse des événements organisés lors de cet arrêt,
- Mise en avant de votre entreprise dans la rubrique « partenaire » de notre site, avec lien direct vers votre site,
- Mise à disposition de la péniche en matinée pour l'organisation d'une conférence atypique à destination de vos clients privilégiés et/ou de vos partenaires.

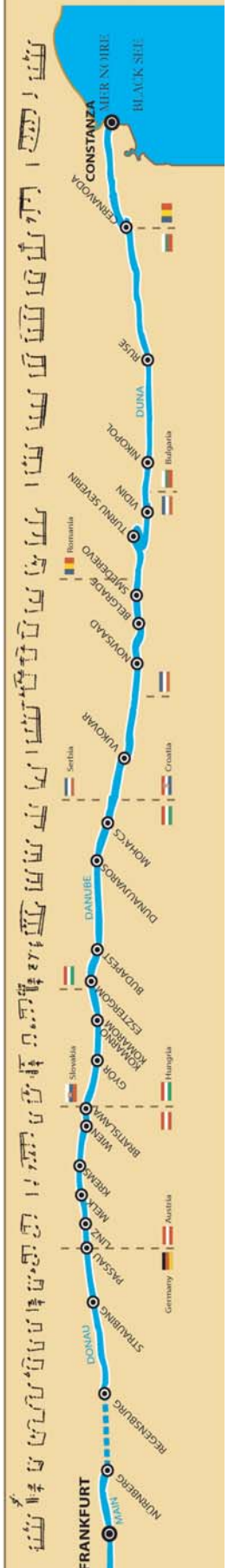
## **Partenariat global**

Vous faites partie des trois partenaires privilégiés qui nous accompagneront tout au long de l'événement :

- Présence de votre logo sur **tous** les supports de communication liés au projet (affiches, tracts, communiqués de presse diffusés d'un bout à l'autre de l'Europe, compilation européenne produite à notre retour),
- Large présentation de votre entreprise ou institution sur notre site,
- Mise à disposition de contenu pour votre site (News, interviews, photos...) durant toute la durée du projet,
- Possibilité d'exploiter l'ensemble de nos photos et films produits lors de la tournée pour vos besoins de communication interne ou externe,
- Mise à disposition de la péniche en matinée pour des événements à destination de vos clients et/ou partenaires, présentation de vos produits et services par différents tracts et présentations au public tout au long de l'été.

Bien entendu, ces propositions peuvent évoluer en fonction de vos attentes spécifiques et nous restons ouverts à toute proposition permettant d'assurer une communication intelligente en adéquation avec notre charte.

Grâce à sa richesse, ses sensibilités et ses enjeux, le **DANUBE PROJEKT** véhicule des valeurs fortes, séduisant différents publics. Autant d'atouts qui vous permettront de l'intégrer directement dans votre stratégie marketing, tant interne qu'externe.



# Budget

## Dépenses

Les charges de personnels (cachets des artistes, salaires des techniciens et de l'équipage) représentent le poste de dépenses le plus important avec la location et l'assurance de la péniche. Le reste se répartit entre les frais liés à la concrétisation du projet et ceux contribuant à la réalisation de la compilation européenne (Matériel et une bonne part du poste Communication).

<b>TOTAL</b>	<b>262 715</b>	
<b>Salaires</b>	<b>67 935</b>	<b>26%</b>
Intermittents	43 620	17%
Accompagnement	24 315	9%
<b>Communication</b>	<b>15 750</b>	<b>6%</b>
Présentation du projet	5 700	2%
Événements préparatoires	3 450	1%
Concerts de la tournée	6 600	3%
<b>Phase préparatoire</b>	<b>42 800</b>	<b>16%</b>
Frais généraux	3 120	1%
Reconnaitances	19 280	7%
Événements préparatoires (Paris)	11 200	4%
Événements préparatoires (Etr.)	9 200	4%
<b>Tournée</b>	<b>82 520</b>	<b>31%</b>
Frais liés au personnes	18 450	7%
Concerts	32 700	12%
Matériel sono	22 500	9%
Base arrière	1 200	1%
Divers	6 790	2%
<b>Péniche</b>	<b>38 720</b>	<b>15%</b>
Investissement	23 850	9%
Frais	14 870	6%
<b>Production du CD (3 000 CD)</b>	<b>14 990</b>	<b>6%</b>
Création	7 570	3%
Distribution	420	0%
Salaires	4 600	2%
Divers	2 400	1%

## Recettes

Le projet ne pourra se réaliser sans le soutien de subventions publiques ou du mécénat d'entreprises privées. En plus de ces sources de financement, une part importante des apports est réalisée de façon commerciale par autofinancement du projet (entrées payantes, ventes des disques) et en intéressant des investisseurs (aménagement de la péniche en salle de concert, production de groupes d'Europe de l'Est).

<b>TOTAL</b>	<b>262 715</b>	
<b>AUTOFINANCEMENT</b>		
Tournée	29 820	11%
Événements préparatoires	11 915	5%
Compilation	29 580	11%
Ventes diverses	10 000	4%
<b>COFINANCEMENT</b>		
Subventions	91 500	35%
Mécénat	89 900	34%

Une version plus détaillée du budget est disponible sur demande.



# Les Partenaires

A l'heure actuelle, un certain nombre de partenaires privés, publics et institutionnels nous ont déjà fait confiance et nous soutiennent dans cette aventure.

**Le Parlement Européen** a été la première institution à nous offrir son patronage et son appui moral. Nos valeurs étant en totale adéquation avec les idées véhiculées par la construction européenne, nous avançons ensemble pour la réalisation de cette tournée. (cf. la lettre du président page 2 du présent dossier)

**La Mairie de Paris** a également décidé de nous suivre à plusieurs niveaux. Dans le cadre de l'opération Paris Jeunes Talents, Alma est à nouveau aidé financièrement par la municipalité. D'autre part, nous travaillons avec la ville de Paris pour intégrer notre péniche dans les plans d'actions qu'elle développe au niveau européen.

Grâce à nos voyages d'exploration réalisés au cours de l'année 2004, nous avons pu nouer des contacts fructueux, utiles et efficaces avec **les centres culturels français de Belgrade et Bratislava**. Ces deux institutions nous soutiennent et apportent un appui culturel et financier essentiel pour la bonne réalisation de ces deux étapes serbes et slovaques.

L'hebdomadaire européen [www.europeplusnet.info](http://www.europeplusnet.info) primé par le Geste en 2004 et le centre de ressources [www.centreurope.org](http://www.centreurope.org) (principale base de données socio-économique francophone sur les pays d'Europe centrale et orientale) nous appuient et nous soutiennent car nous défendons une idée commune : l'importance de bâtir une Europe de terrain pour contribuer à forger une identité européenne.

Et, bien évidemment, nous ne pourrions réaliser le Danube Projekt l'appui financier et matériel de nos partenaires privés. Première entreprise à s'être manifestée, la société de déménagement international **AGS** souhaite, par l'intermédiaire de sa filiale basée à Bratislava, contribuer au niveau local à la réussite de notre passage en Slovaquie. De même, la société **Duracell** qui, séduite par le concept de l'événement et la mise en avant d'un lapin dans l'opéra d'ALMA nous apporte son soutien (NdR : les campagnes publicitaires de Duracell ont un lapin pour égérie).

Nous sommes en contacts avec un nombre bien plus grands d'entreprises, d'associations, d'institutions, d'organismes publics en France et à l'étranger qui examinent actuellement nos demandes et réfléchissent à la manière dont nous pouvons travailler ensemble. Nous attendons avec impatience de pouvoir rendre public l'ensemble de nos contacts et partenariats car cet inventaire, en lui-même, symbolise déjà toute la richesse de l'Europe dans sa diversité.

Cet événement étant, avant tout, une aventure commune nous voulons permettre à un maximum d'acteurs de prendre la parole, de s'exprimer, de vivre l'Europe à travers notre péniche. C'est ce qui a séduit nos premiers partenaires que nous remercions ici chaleureusement. En attendant les nouveaux.

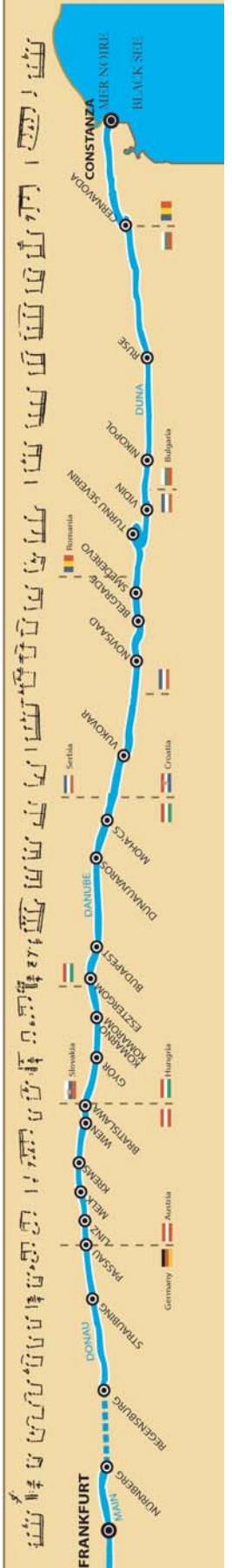
Tous les partenaires à jour :

<http://www.mostar-style.net/danube/partners.php>

Vous voulez être partenaire ?

Sophie Dauzan, Chargée de la communication et du partenariat.

Tel : +33 (0)6 63 62 64 56 - E-mail : [danube@mostar-style.net](mailto:danube@mostar-style.net)



# L'équipe

Les responsabilités relatives à l'organisation et à la gestion du projet sont réparties entre Alma, formation musicale, et Mostar Style association à but non lucratif. Lors de la réalisation du projet, les artistes d'ALMA seront salariés de Mostar Style.

Alma est responsable des activités suivantes :

- Réalisation des spectacles
- Responsabilité de la péniche et de ses passagers
- Collaboration artistique avec les formations musicales locales
- A l'issue du voyage, réalisation de la compilation européenne

Mostar Style est responsable des activités suivantes :

- Budget, financement et trésorerie
- Propriétaire ou locataire de la péniche
- Rassemblement et coordination des compétences bénévoles nécessaires
- Lors du voyage proprement dit, « base arrière » à Paris notamment pour la diffusion de contenu
- A l'issue du voyage, production de la compilation européenne

Alma et Mostar Style se connaissent depuis longtemps et ont choisi ce type d'organisation afin de permettre à chacun d'apporter ses compétences et son enthousiasme à sa manière : professionnelle pour les musiciens, bénévole pour les membres de l'association.

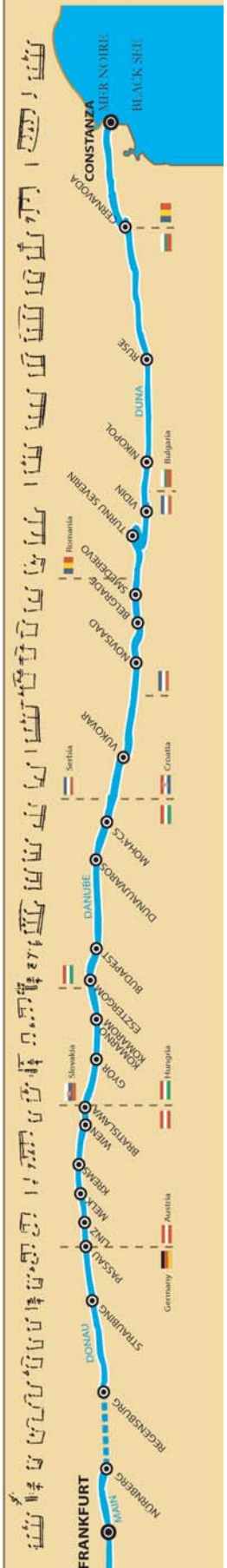
## Alma

**Bruno Sinou** – Véritable père du projet, il est aussi le chanteur guitariste d'Alma. Dans le cadre d'une licence d'entrepreneur du spectacle, il aura la responsabilité de la tournée. Parolier inspiré, guitariste aux influences latino, il est aussi passionné sur scène que pugnace dans le quotidien de l'organisation d'un tel projet. Bruno est ingénieur Télécoms.

**Charles du Jeu** – Pianiste d'Alma, il gère les relations avec les groupes et tourneurs étrangers, ainsi que l'identité visuelle du projet. Formé par la musique classique, il a connu une seconde naissance artistique à l'école nationale de musique de La Havane. Son répertoire conserve cette chaleur, de la salsa la plus pure au reggae, en passant par des expérimentations jazzy. Charles est ingénieur Centralien.

**Thomas Sinou** – Ingénieur du son de la tournée et responsable de la production de la compilation, il travaille avec Alma depuis des années. Amoureux du travail bien fait, il a permis à la formation de construire le son Alma et a également supervisé le pressage du premier maxi du groupe. Thomas est ingénieur ISTS.

Mais aussi **Pauline Rouzières** (chanteuse et responsable des partenariats avec les villes en France et à l'étranger), **Gaston Duchez** (batteur et chargé de la communication de terrain : affichage, tractage, etc.), **Jérôme Garnier** (bassiste et webmaster) et **Maximilien Bronnimann** (percussionniste et responsable de toute la gestion de l'outil internet de gestion centralisée des contacts et des fichiers)



## Mostar Style

Mostar Style a pour but le dialogue interculturel en Europe grâce à la musique, et ce par l'organisation de spectacles et la production d'artistes européens. Le champ d'action de Mostar Style est particulièrement focalisé sur le développement des échanges artistiques est/ouest.

**Grégory Gendre** – Président de Mostar Style, il développe les partenariats avec des médias ainsi que les relations avec les institutions culturelles nationales ou européennes. Animé naturellement d'une conscience européenne, il a participé à de nombreux projets associatifs et enrichit l'équipe de son professionnalisme. Grégory est journaliste indépendant.

**Mathieu Baudier** – Trésorier, il participe à la gestion du projet et coordonne les contacts. Amoureux des pays de l'Est, il a vécu à Berlin et sillonné l'Europe, de l'Italie à la Pologne, de la Serbie au Caucase. Il apporte son expérience de la gestion de projet et sa connaissance des pays traversés. Mathieu est ingénieur Centralien et travaille dans l'édition logicielle.

**Sophie Dauzan** – Responsable du développement, elle assure la gestion et le suivi des partenaires privés et publics. Animée d'un vif intérêt pour la scène artistique actuelle et la découverte de courants artistiques émergents, elle prolonge cette inclination grâce à son implication au sein de Mostar Style.

**Anne Laure Goudard** – Responsable de l'antenne slovaque de Mostar Style à Bratislava. Basée à Bratislava, elle prend en charge la coordination entre les équipes française et slovaque et fait l'interface avec les partenaires locaux privés et publics. Elle a déjà fait ses preuves lors de l'organisation du Carribean Festival en novembre 2004.

**Gauthier Hombert** – ex-Trésorier de Mostar Style et membre fondateur. Familier de la gestion financière d'associations, il apporte son expérience et sa rigueur. Gauthier est ingénieur Télécoms et travaille dans la gestion de projets high-tech.

**Pauline Eckert** – Secrétaire de Mostar Style. Passionnée par les cultures des Balkans, elle fait preuve d'enthousiasme et de détermination dans le cadre d'une mission cruciale pour le projet. Pauline est ingénieur Télécoms et travaille dans une grande société de services informatiques.

Mais aussi **Gwenaël Prié** (vice responsable partenariat), **Camille Müller** (basée à Ratisbonne, responsable partenariat Autriche et Allemagne), **Hubert Marcueyz** (conseil en comptabilité), **Aurélié Durasnel** (ex-présidente, démarchage) et bien d'autres qui apportent leur temps et leurs compétences à Mostar Style, qui a pour vocation d'accueillir tous ceux qui, à travers l'Europe, participeront bénévolement à la réalisation de cette belle idée.

