

Journée d'étude

Les valorisations territoriales et touristiques du *street art*

Vendredi 5 mai 2017 – de 9h30 à 18h30

salle Colombani, Grands Voisins

82 av. Denfert Rochereau, Paris 14^e

Organisation : Pauline Guinard, Sébastien Jacquot, Clotilde Kullmann

Présence libre et gratuite

En 2016, les Parisiens ont voté en faveur de la création d'un chemin de Grande Randonnée du *street art* entre Arcueil, Paris et Vitry, dans le cadre des budgets participatifs de la Ville de Paris, tandis qu'à Plaine Commune, une avenue du *street art* est en cours de mise en place, coordonnée par l'Office du Tourisme. Ainsi se pose la question des valorisations dont le *street art* fait l'objet de façon croissante, dans des logiques tant directement marchandes que de construction d'image, d'animation ou d'esthétisation territoriale, notamment à des fins d'attractivité.

La notion de *street art* est protéiforme et évolutive (Génin, 2013)¹. Parue en France au début des années 2000 et consacrée par les médias dans les années 2000, elle recouvre des pratiques performatives d'essence éphémère qui s'inspirent ou s'appuient sur les supports de l'espace de la ville. Conduites d'abord majoritairement dans l'illégalité, de nombreuses réalisations sont à présent autorisées et commandées par les autorités publiques. Le monde académique s'est progressivement emparé de cet objet hybride qui questionne les catégories de l'art et la fabrique culturelle de la ville. Des séminaires et des colloques internationaux se multiplient pour tenter de mieux cerner les contours de la pratique artistique et conceptualiser son influence sur l'espace public ainsi que les mondes de l'art². Néanmoins, la question du lien entre le *street art* et ses valorisations, qu'elles soient urbaines ou touristiques, reste encore à explorer.

Fort de son succès, le *street art* fait l'objet d'une diffusion par les institutions³ dans un contexte de métropolisation par l'événement et la culture (Gravari-Barbas, 2009)⁴. Il se retrouve à l'affiche de nombreux festivals à travers le monde et fait l'objet d'expositions dans des institutions culturelles relativement prestigieuses. L'appellation *street art* elle-même s'est imposée en lien avec ces diverses applications et valorisations. Elle bénéficie d'une forte résonance médiatique et constitue un outil marketing efficace pour les territoires (McAuliffe, 2012)⁵. Cette connexion s'opère notamment par le biais du tourisme : le terme *street art* est employé par les institutions pour labelliser des projets touristiques dans des contextes géographiques variés⁶, tandis que divers produits touristiques ont le *street art* pour objet⁷.

Face à ces constats, notre ambition pour cette journée d'étude est d'appréhender l'articulation entre le *street art*, dans ses valorisations territoriales et touristiques, et l'espace urbain. En quoi ces valorisations transforment-elle les contenus et l'organisation de la pratique artistique ? Induisent-elles de nouveaux usages et représentations dans l'espace de la ville ? Dans quelle mesure alimentent-elles la structuration des politiques touristiques, dans les centres et les périphéries urbaines ? S'effectuent-elles à des échelles (hyper)locales, métropolitaines ou mondiale ?

¹ Génin, C. 2013. *Le street art au tournant, reconnaissance d'un genre*. Les impressions nouvelles.

² Street art, contours et détours en 2015, Etat de l'art urbain, OxyMORE III en 2016, etc.

³ De l'Etat aux collectivités ou aux professionnels de l'aménagement et du tourisme

⁴ Gravari-Barbas, M. 2009. « La "ville festive" ou construire la ville contemporaine par l'événement », *Bulletin de l'Association de Géographes Français (BAGF)*, (3).

⁵ "Graffiti or Street Art? Negotiating the Moral Geographies of the Creative City"; *Journal of Urban Affairs*, 34 (2): 189-206.

⁶ Les nouvelles capitales du street art, GR street art, itinéraire du street art contemporain de la Nuit Blanche 2014, etc.

⁷ Contrat de destination Paris Ville Augmentée en 2014, création d'itinéraires touristiques, visites guidées, etc.

9h30 : accueil des participants

10h : Introduction par les organisateurs

10h30-12h30 : Table ronde - Les acteurs de la valorisation du *street art*

Discutant : Sébastien JACQUOT

Olivier LANDES, directeur de l'association Art en Ville

Elise HERSZKOWICZ, directrice de l'association Art Azoi

JBC, artiste

François ROBLOT, Responsable du Service Etudes et Développement, Comité Départemental du Tourisme 94

Damien CACOUAULT, membre de l'association Vitry'n urbaine

12h30-14h : Pause déjeuner libre

14h-16h : Présentations-discussion - Les lieux du *street art*

Discutante : Pauline GUINARD

Clémence LEHEC, doctorante en géographie, Université de Genève, UMR Pacte.

« Bethléem - Checkpoint 300 : d'un espace marginalisé à l'émergence d'un réseau touristique alternatif autour du border art »

Julie VASLIN, doctorante en science politique, Sciencespo Lyon, UMR Triangle

« Produire l'image de marque d'une capitale, entre effacement et promotion des graffitis : Une comparaison Paris-Berlin »

Régis COCAULT, directeur General, Office de Tourisme de Plaine Commune Grand Paris

Stéphanie LEMOINE et Nicolas GZELEY, journaliste, artiste/journaliste

« Des friches périphériques aux temples de la métropole : le traitement du graffiti dans les Magasins généraux à Pantin »

16h-16h30 : pause

16h30-18h : Projection-débat - Les temporalités du *street art*

Discutante : Clotilde KULLMANN

Projection d'extraits du film *La Tour Paris 13* de Thomas Lallier (2014, coproduction Blogothèque et France O)

Thomas LALLIER, réalisateur

Martine MOREL, directrice de la communication du Musée de la Poste

Aurélien MICHAUD, fondateur du site internet Urbacolors

TOM TOM, artiste

18h-18h30 : conclusion

Damien DARCIS, Docteur en Philosophie, Université de Mons

« Géographie de la jungle : Des images interdites ? Banksy et les coeurs en carton »

AXES ABORDES

Axe 1 : Les lieux du *street art*

Le *street art* anime la régénération urbaine, révèle des interstices et renouvelle la médiatisation des opérations d'aménagement. Au service des discours de l'attractivité, il est utilisé par les institutions pour développer le tourisme dans des territoires périphériques et pour modifier les regards sur ce qui est perçu comme des échecs esthétiques de la rénovation urbaine (Epstein, 2014)⁸. En parallèle, il s'invite dans les centres historiques métropolitains, dont il habille certains monuments emblématiques, investit des axes de circulation de plus en plus visibles et accompagne les grands événements métropolitains. Quels sont alors les types d'espace préférentiellement valorisés par les politiques institutionnelles et les initiatives privées via le *street art*? Quels en sont les objectifs? Le développement de projets en périphéries plus particulièrement peut-il être perçu comme catalyseur de gentrification ou s'inscrit-il dans des démarches de développement local plus endogène? Les types de valorisations du *street art* varient-ils selon leur localisation, leurs objectifs ou bien encore leur inscription dans une circulation mondiale de modèles? Les espaces urbains valorisés tendent-ils à être singularisés ou, au contraire, à se normaliser (Guinard, 2014)⁹?

Axe 2 : Les acteurs de la valorisation du *street art*

Le *street art* est devenu une forme malléable du point de vue de ses formes, de ses objectifs, de ses modalités de valorisation et de ses publics. Comment les outils propres à la valorisation du tourisme en ville sont-ils repris (de la balade urbaine au guide) par cette forme artistique? Entre interventions *in situ* et diffractions numériques, quelles sont les médiations privilégiées et pour quels objectifs? Par ailleurs, de nouveaux opérateurs disposant de connaissances à la croisée des mondes de l'art et de la ville sont apparus pour organiser et médiatiser les projets dédiés au *street art* (Kullmann, 2015)¹⁰. On pourra se demander si leur profil et leur rôle se sont transformés avec le succès de la pratique artistique. Le *street art* a-t-il fait émerger des figures incontournables de la promotion de cet art, indépendamment des nombreux acteurs qui s'étaient déjà tournés vers des démarches de valorisation (associations, collectifs, galeristes, collectivités, etc.)? Enfin, les caractéristiques performatives du *street art* ont donné la possibilité de faire intervenir les publics de différentes manières au cours du processus créatif. En quoi ces nouvelles tendances nourrissent-elles de formes de tourisme inédites, plus participatives et expérientielles?

Axe 3 : Les temporalités du *street art*

Les dimensions relativement labile et éphémère du *street art* en ont fait un outil privilégié de la mise en scène des processus de fabrication de la ville¹¹. Les caractéristiques de cette pratique permettent de renouveler et de rythmer l'offre notamment touristique sur un même espace, tout en suscitant l'idée de mutations en acte. Pourtant, la valorisation de l'espace urbain par le *street art* peut également s'inscrire dans un temps urbain plus long, comme en témoignent les fresques monumentales placées en hauteur, qui sont, de fait semi-pérennes. Ces rapports à la temporalité sont en outre modifiés par l'utilisation des nouvelles technologies qui médiatisent des réalisations cachées, voire disparues¹², et posent ainsi la question de la sauvegarde de pratiques emblématiques et de la patrimonialisation de la ville. Quels sont donc aujourd'hui les temps et les temporalités du *street art*?

Axe 4 : Le *in* et le *off* du *street art*

Il s'agit d'interroger ici ce que fait la valorisation institutionnelle de l'espace urbain à la dimension illégale ou « *off* » (Vivant, 2006)¹³ du *street art*. Autrement dit, dans quelle mesure le *in* utilise-t-il le *off* et vice-versa? La valorisation institutionnelle du *street art* agit-elle sur son contenu, sur son ancrage territorial, sur sa dimension potentiellement subversive, et ce jusqu'à faire de cet art un simple élément du décor urbain? N'intègre-t-elle que les actions réalisées dans la légalité? Influence-t-elle les formes et le mode d'organisation du *off*? Existe-t-il des valorisations *off*? Peut-on dresser des typologies de projets et de visiteurs en fonction des formes et du degré d'institutionnalisation des interventions ou des espaces valorisés? L'appellation *street art* est-elle appliquée à toutes les valorisations artistiques de rue indépendamment de leur caractère *off* ou *in*?

⁸ Epstein, R. 2014. *La Rénovation urbaine, Démolition-reconstruction de l'État*, Presses de Sciences Po | Académique.

⁹ Guinard, P. 2014. *Johannesburg : l'art d'inventer une ville*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

¹⁰ Kullmann C. 2015. « De l'exposition de la *Tour Paris 13* au concept de musée à ciel ouvert », *Téoros*, 34 (1-2)

¹¹ Démolition d'un immeuble, construction d'un espace public, occupation de la vacance d'un chantier, etc.

¹² Voir par exemple : <http://www.tourparis13.fr>

¹³ Vivant E, 2006. *Le rôle des pratiques culturelles off dans les dynamiques urbaines*, thèse de doctorat en études urbaines, urbanisme et aménagement, Université Paris 8, sous la direction de François Ascher.