

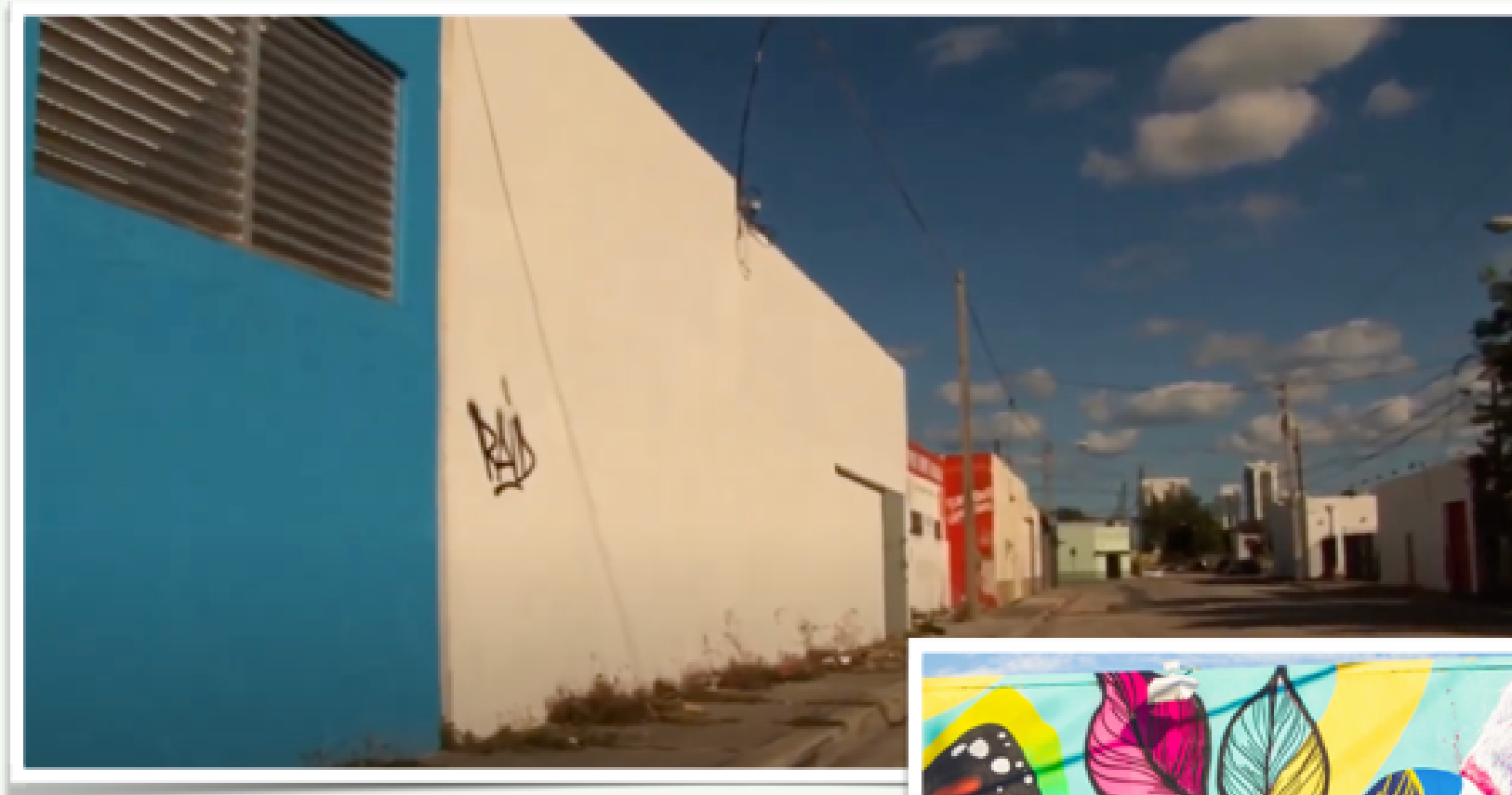
RÉINVENTER UNE ENTRÉE DE VILLE AVEC LE STREET ART

Fédération des élus des Entreprises Publiques Locales
Commission Tourisme, Culture et Attractivité des Territoires – 30 mars 2023

NAXICA, 49 rue de PONTTHIEU – 75008 Paris, SAS, SIREN 440129062, RCS Paris B 440 129 062

UN SUCCÈS AUX ÉTATS-UNIS

QUARTIER DE WYNWOOD À MIAMI



Wynwood Walls (Miami) – Depuis 2009 – 70 artistes visibles sur 6 entrepôts – 3,5 millions de visiteurs par an – Goldman Properties (les fresques sont régulièrement remplacées par de nouvelles créations, le quartier street art s'étend à présent bien au-delà des Walls) – tarif adulte 12\$

INITIATIVES PRIVÉES EN FRANCE

C.C CLOS DU CHÊNE (77)

STREET ART CITY (03)



Centre commercial du Clos du Chêne à Montévrain (77) - Groupe Frey - +27% de fréquentation 2022 vs 2021 (étude Mytraffic-CNCC) - 19 artistes - 80 fresques depuis 2019



Street Art City à Lurcy-Lévis
(03) - Famille Iniesta - tarif
adulte 20€ - 300 artistes - 90
fresques depuis 2015 - 31 000
visiteurs en juillet-août 2020

**CRÉER UNE INITIATIVE PUBLIQUE, RÉFÉRENCE
EN MATIÈRE DE REVITALISATION D'ESPACE**

UN PROJET ARTISTIQUE, CULTUREL ET TOURISTIQUE POUR RE-QUALIFIER ET DYNAMISER L'ESPACE

- Objectifs :
 - Développer la notoriété et l'attractivité de la zone péri-urbaine
 - Créer du lien entre le centre et la périphérie par un parcours cohérent qui raconte une histoire
 - Encourager les initiatives privées d'animation
- Moyens :
 - Concertation agglomération / propriétaires / artistes pour un projet « gagnant-gagnant »
 - Des signatures internationales
- Financements :
 - 2 options de financement privé
 - Déduction fiscale sur le résultat imposable des entreprises pour l'achat d'oeuvres d'art
 - Création d'un fond de dotation
 - Intégrer « Action coeur de ville 2 » piloté par l'ANCT

RÔLE DE NAXICA

- Coordination et mise en oeuvre du projet
 - Définition d'une charte de la zone à animer (thématique, styles artistiques...)
 - Négociation avec les artistes (venue, rémunération, gestion des agendas, droits d'images...)
 - Encadrement des artistes (respect de la charte, des règles de sécurité, de la pérennité des oeuvres, des délais de réalisation...)
 - Gestion de la relation artistes / entreprises / collectivité
 - Mise en place de produits dérivés
 - Communication, relation presse, accueil du public

DÉMARCHE PRÉCONISÉE

- Identifier une zone d'activités (en déshérence, vieillissante ou en développement)
- Faire adhérer la collectivité et les propriétaires privés à une stratégie de recours à des interventions artistiques sur les bâtiments par des artistes internationaux
- Dans un souci de développement durable et afin de limiter l'artificialisation des sols , favoriser la réhabilitation et la valorisation du bâti existant
- Ouvrir la zone sur l'extérieur en encourageant la création de lieux et activités (café, restaurant, visites guidées, activités para-scolaires..) destinés à accueillir les usagers ainsi et le public étranger à cet espace
- Encourager les circulations douces avec le centre-ville
- Construire la notoriété de la zone pour créer une activité touristique
- Par ces actions, valoriser le patrimoine, dynamiser la zone, attirer de nouvelles entreprises, favoriser la création d'emplois

RÉFÉRENCES NAXICA

- Studio Harcourt, Cartier, Jaeger-LeCoultre
- Westfield Unibail Rodamco
- PSG, Fédération Française de Football
- Seine-Saint-Denis Tourisme, Mairie de Paris
- Festival Rock en Seine, Sony Music
- Telerama.fr
- Ministère des Affaires Etrangères, Présidence de la République
- Greensboro (Caroline du Nord - USA)

GEORGE HAYTER

Directeur délégué

george.hayter@naxica.fr

06 13 51 63 51

NAXICA, 49 rue de PONTTHIEU - 75008 Paris, SAS, SIREN 440129062, RCS Paris B 440 129 062