

Street- Art

LÉA VERGNIER
OCEANNE SERVE
LYNA IBATA
LEA ROUSSEAU
APHELANDRA SUARES

MARS 2022

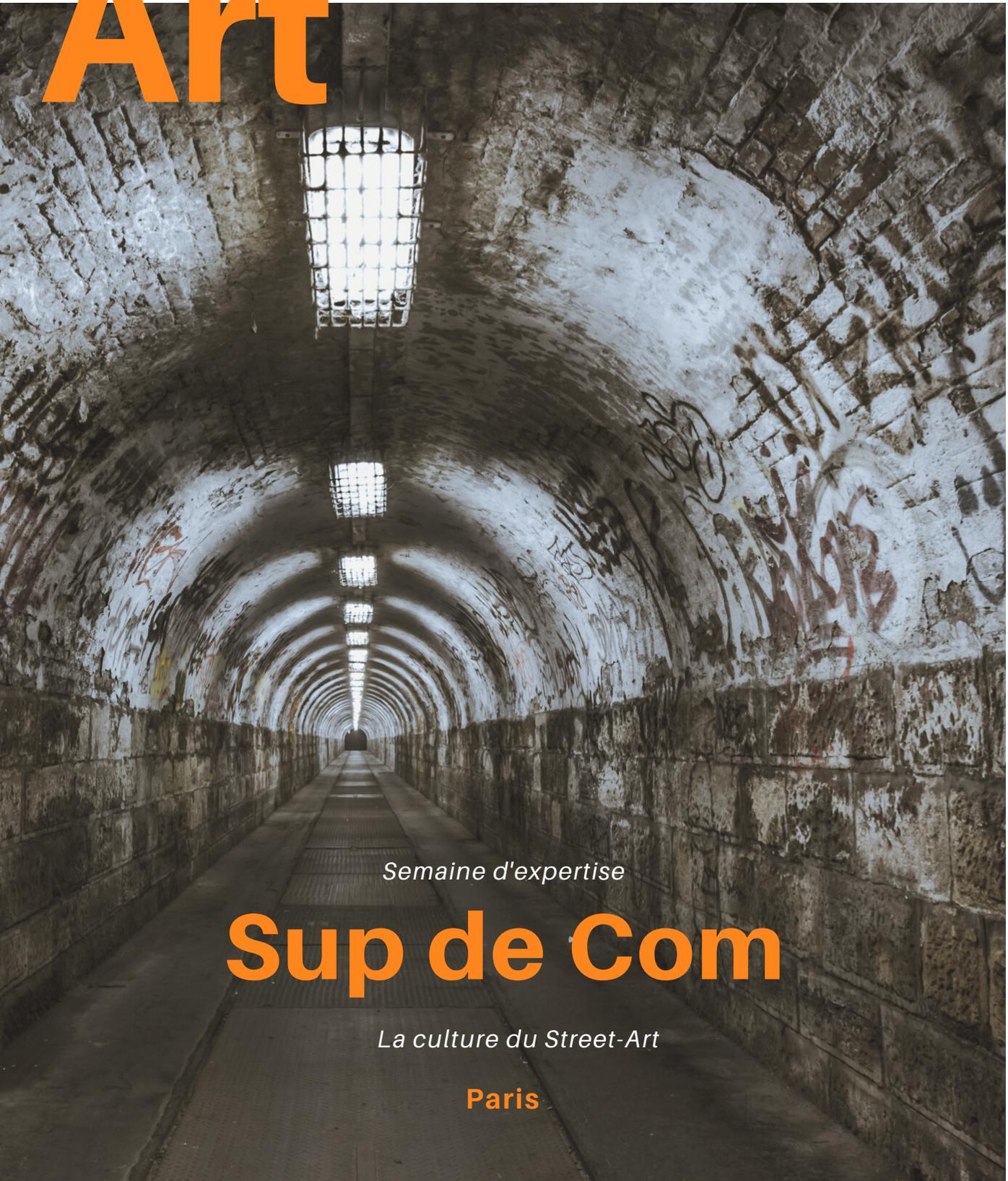
Street-Art

Semaine d'expertise

Sup de Com

La culture du Street-Art

Paris



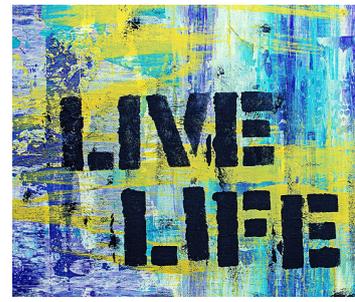
Définitions

01 Street-Art

C'est le fait d'utiliser l'espace urbain et d'en changer le point de vue que l'on peut en avoir avec des matériaux le plus souvent liés à l'environnement.

02 Graffiti

Marque, signe visuel.
Utilisation des signes visuels pour transmettre un message, des idées, des intentions... Le graffiti c'est le travail de la lettre.



03 Histoire de l'art

C'est comprendre les images, les Hommes et leurs évolutions.



Street-Art

Histoire

Les graffitis remontent au Néolithique. Au départ, les Hommes utilisent les murs pour laisser une trace à travers des dessins. On voit les objets du réel liés à un environnement particulier. Les individus cherchent à représenter leurs environnements, là où ils évoluent pour laisser une trace.

En 1972, on voit émerger à New-York les premiers graffitis sur les trains et métros.

Le graffiti de rue arrive en France vers 1982-1983 alors que le graffiti sur train arrive plus tard en 1986. Il n'y avait pas d'école au début pour le Street-Art. C'était un domaine réservé uniquement aux initiés avec un cercle de graffeurs très fermé. On apprenait en réalisant soit-même des graffitis, tag...et avec la transmission des aînés et des autres cultures.

Le Street-Art était considéré comme proche de l'artisanat car on faisait usage des matériaux tels que le pochoir en carton ou en plastique et on avait recours à des techniques comme la sculpture murale. Aujourd'hui, et même si c'était aussi vrai à l'époque, les grapheurs imposent leur art dans les espaces et l'environnement publics au même titre que la publicité.

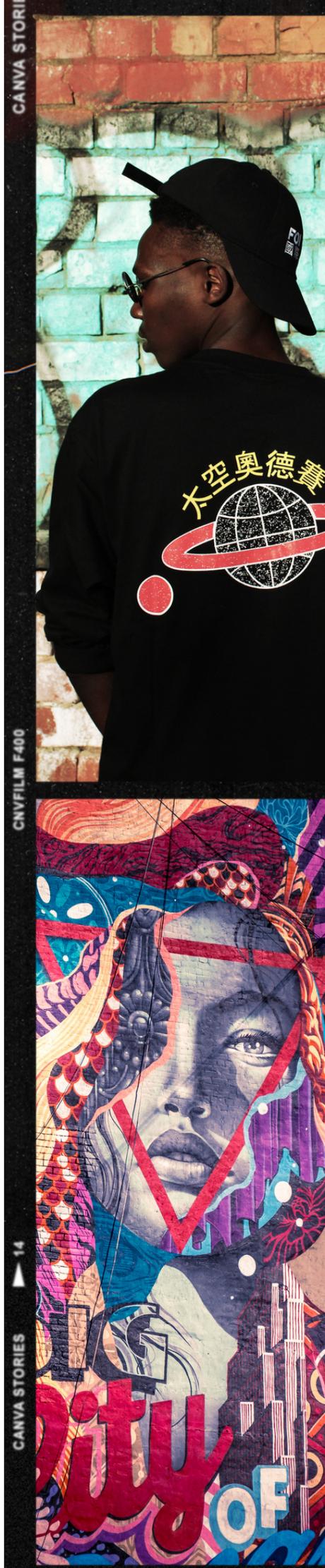
A l'époque, les streets-artistes pouvaient se faire connaître notamment grâce au magazine "Graff it". Il s'agit du premier et unique magazine qui a permis de faire connaître mondialement la culture du graffiti. L'esprit de découverte et la mise en avant des jeunes talents sont ce que l'on pouvait retrouver comme contenu. Aujourd'hui, la période des magazines de street-art est révolue même s'il reste quelques survivants comme le magazine "Graffiti Art" pour les passionnés d'art contemporain urbain.

En effet, c'est avec l'arrivée de Fotolog, MSN et Facebook dans les années 2000, les échanges instantanés, qui ont permis aux artistes graffeurs de former une vraie famille avec leur communauté et donc de faire connaître leurs œuvres urbaines. Cependant, avec ces nouveaux moyens de communication, les artistes sortent de l'anonymat et ils sont donc beaucoup plus exposés à des risques d'arrestation lorsqu'ils pratiquent le vandalisme.

Le graffiti sur les réseaux sociaux devient donc un travail de communication. Plus on a de la visibilité, plus le travail fourni ne nécessite aucun investissement dans la publicité grâce à internet.

Aujourd'hui, le circuit commercial a un critère qui est celui de la popularité sur internet notamment sur les médias sociaux. On ne regarde plus le book ou le parcours de l'artiste pour être sélectionné mais son nombre d'abonnés.

Depuis toujours et encore plus aujourd'hui, la photographie est très importante dans le Street-Art. En effet, cet art se caractérise aussi par son caractère éphémère. La photo permet ainsi de garder une trace des œuvres. Néanmoins, si le Street-Art et la photographie vont souvent de paire, il existe aussi des conflits quant aux droits d'auteurs, qui ne sont pas toujours respectés.



Artistes

Banksy



Il a détourné beaucoup de toiles de maître comme Les Nymphéas de Monet.

Bordalo



Il transforme les déchets en œuvre d'art.

Andy Warhol



Utilise un effet pop-art mêlant les styles bande dessinée et comics.

D-Face



Street artiste anglais, il s'inspire du style pop art.

Invader



Il fait de la mosaïque partout dans le monde et dans des endroits plus ou moins cachés.

Miss Tic



Artiste féminine du Street-Art.

Bando



Premier graffeur français et fondateur du style européen.

Mode 2



Révolutionne le style du personnage réaliste et graphique.

Shepard Fairey



Aussi connu sous le nom d'Obey, est un street artiste américain. Il est connu pour avoir fait le portrait « Hope » lors de la campagne présidentielle d'Obama.

Daim



Est un street artiste allemand qui fait des graffitis très réalistes.

Dondi White



Icône du graffiti new-yorkais, apporte du minimalisme à son style. Les rames de métro étaient son royaume et son meilleur outil de promotion car ils permettaient de faire voyager ses œuvres.

INTI

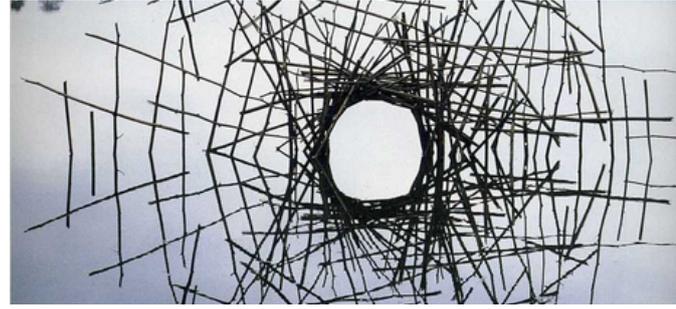


Artiste chilien, il représente des personnages sur d'importantes fresques. Il utilise des symboles fort issus de différentes cultures : chrétienne, latino-américaine...

Styles & Mouvements

01 Land-Art

Il s'agit de modifier l'espace naturel en utilisant au départ des éléments de la nature. Aujourd'hui, on utilise également des objets provenant de l'espace urbain. Il s'agit souvent d'un travail éphémère. C'est notamment la photographie qui permet de garder une trace de ces œuvres éphémères.



03 Style 3D

Le but est de donner du relief à son dessin. On retrouve une notion de volume et une notion d'architecture. Un style artistique qui se développe en Allemagne.



02

Pop-Art

C'est un mouvement artistique qui mêle science-fiction, technologie, publicité, design et les objets de la vie quotidienne.

Anamorphose

C'est la déformation volontaire d'une image. Mais selon un point de vue précis et défini par l'artiste, on peut observer l'image dans sa globalité.



Le Graffiti Wildstyle

Le but est de donner du relief à son dessin. On retrouve une notion de volume et une notion d'architecture. Un style artistique qui se développe en Allemagne. Les graffeurs de ce mouvement sont : Seen qui complexifie les lettres rondes et Tkid qui complexifie ce que Seen a fait avec des demi-cercles et des doubles lettres.



Visites

01 Visite du marché aux puces avec Cédric Naïmi

Cédric Naïmi possède une galerie, L'Amarrage, dédiée aux œuvres du Street-Art. Sa galerie se situe à Saint Ouen. Il possède notamment plusieurs murs dans le quartier, qui lui permettent d'exposer d'autres œuvres artistiques qui sont toujours liées au Street-Art. Chaque mur reste 2 à 3 mois grand maximum afin de permettre à chaque artiste d'y apparaître.

Cédric cherche à promouvoir le Street-Art et ses artistes en les mettant en avant à travers leurs graffitis, tags, fresques... Afin de faire accepter son projet dans le quartier, qui était mal vu par une importante partie des commerçants, plusieurs graffeurs ont peint les rideaux de fer des magasins avec l'autorisation des propriétaires. Les streets-artistes ont donc personnalisé chaque rideaux de fer en créant un lien avec l'activité qui y était réalisée et tout en gardant leur style. Cela a permis à Cédric et ses artistes de se faire accepter dans le quartier mais aussi de créer une véritable galerie à ciel ouvert. Aujourd'hui, il fait partie du quartier et il a contribué à changer l'image du graff. Il faut aussi retenir que l'association de Cédric travaille en collaboration avec des écoles, des personnes fragiles et handicapées, pour leur permettre de sortir de leur quotidien et de tester de nouvelles expériences.

Durant cette visite, nous avons pu constater qu'il était compliqué de faire valoir son art en tant qu'artiste dans la rue. Les photographes « s'approprient » parfois l'oeuvre de l'artiste par l'image en ne mentionnant pas le nom de ce-dernier lorsqu'ils publient sur les réseaux sociaux ou encore lorsqu'ils les exposent. Aujourd'hui, chaque fresques, graffitis sont tagués par la mention « Graf Art », ce qui permet de montrer que ça a été réalisé par un artiste adhérent de l'association de Cédric.

Enfin, à travers cette visite, nous avons pu en connaître davantage sur les réglementations et la législation, encore très floues et qui protègent mal les artistes de Street-Art. Il existe aussi un flou en ce qui concerne les lieux de graff : à qui appartient le mur, quels sont les droits de l'artiste...



Photos du marché aux puces

02 Visite Paris 13

Loïc PERREL nous a fait une visite guidée de l'exposition "Boulevard Paris 13", initiée par la Galerie Itinérance. Un endroit réputé pour être une véritable galerie à ciel ouvert.

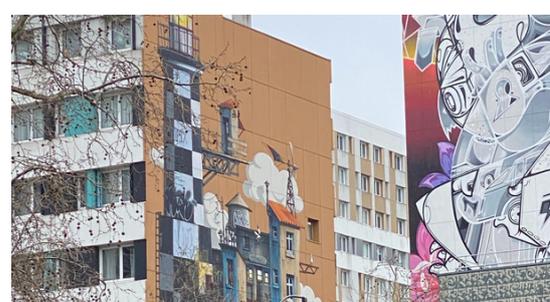
Nous avons pu observer d'immenses œuvres d'art réalisées par différents artistes comme Inti, C215, Shepard Fairey, Seth et bien d'autres.

Cette exposition est un bon exemple d'institutionnalisation du Street-Art car elle a été réalisée en partenariat avec la Mairie du 13e de Paris. Le maire est en effet un grand amateur de ce type d'art, ce qui a facilité la mise en place de ce projet.

De nombreux artistes du monde entier ont donc réalisé des fresques très impressionnantes, sur différents immeubles du quartier. Cela fut l'occasion de découvrir différentes techniques (anamorphose, retrait de matière, hyper réalisme...).

Nous avons pu comprendre comment il est possible de réaliser des œuvres aussi monumentales grâce à l'élaboration de quadrillages, aidant à conserver les bonnes proportions des œuvres. Nous avons évoqué les questions de rémunérations des artistes. Certains ont été rémunérés, d'autres non, mais l'espace mis à leur disposition est une très belle opportunité. Les questions financières restent encore très complexes dans l'univers du street-art. Lors de cette visite, nous avons pu à nouveau constater les problématiques liées aux espaces dédiés aux artistes car certains architectes n'ont pas accepté que leurs bâtiments soient graffer. Malgré l'institutionnalisation, nous voyons que certains problèmes demeurent.

Cette visite était très intéressante pour découvrir les différents univers des artistes et pour voir comment le street-art peut faire partie à part entière de la vie d'un quartier.



Photos de Paris 13ème

Films

01 "Faites le mur 2010"

Il s'agit du premier film de Banksy datant de 2010. Il raconte sa relation avec, au départ, un parfait inconnu nommé Thierry Guetta, le cousin de Space Invader et, devient plus tard Mr Brainwash. Banksy apparaît toujours masqué avec la voix déformée afin de continuer à garder tout anonyme.

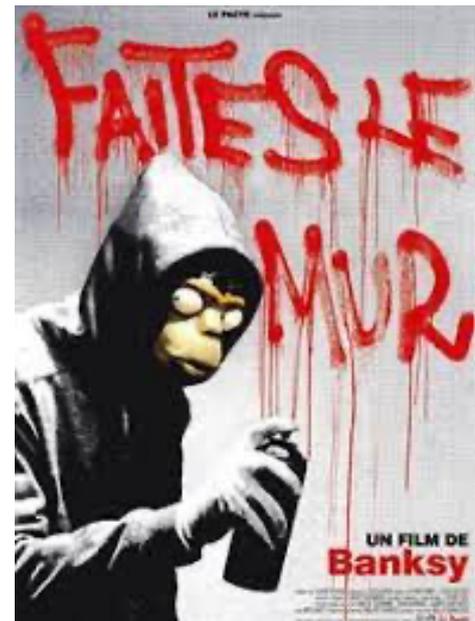


Depuis son plus jeune âge, Thierry Guetta filme l'entièreté de sa vie. C'est lorsqu'il découvre le Street-Art, grâce à son cousin, qu'il prend part à plusieurs vandaes en suivant et filmant les artistes en échange de ses services. Lors de ses virées nocturnes, il va par exemple surveiller la zone où l'artiste peint afin de le prévenir de l'arrivée des forces de l'ordre. Il développe une véritable passion, voire obsession pour ce milieu. Au cours de sa vie, Thierry rencontre de nombreux artistes avec lesquels il passe beaucoup de temps pour comprendre ce qu'ils font. Il suivra Shepard Fairey, Banksy, Space Invader et bien d'autres.

Thierry nous confira qu'à la base, il n'avait pas l'intention de faire quelque chose de ses vidéos. Il souhaitait uniquement capturer l'instant présent. Il précisera aussi qu'il ne regardait jamais ses cassettes vidéos.

Plus tard, Banksy lui demandera de monter son documentaire. Thierry s'exécute et son unique but sera de réaliser un documentaire sur le Street-Art, sur la vie des artistes de rue et d'en faire un témoignage authentique. Mais le résultat sera, d'après Banksy "une bande d'annonce de 1h30, inregardable". L'artiste lui suggère donc de lui laisser ses enregistrements et de retourner à son art et d'en réaliser une exposition de Street-Art. Cela avait principalement pour but de l'éloigner, le temps que Banksy réalise le fameux documentaire.

Thierry finit par mettre de côté sa caméra pour se consacrer à ses propres œuvres Street-Art. Son nom commence à se faire connaître par les médias grâce à une campagne d'affichage reprenant des citations de Banksy et Shepard Fairey à propos de Thierry. Il ira jusqu'à réaliser une exposition à Los Angeles pour promouvoir ses œuvres qui dénoncent, selon ses dires, une société de consommation et de capitalisme. Il présentera alors des œuvres artistiques inspirées de nombreux street artistes et du pop art. Il fera notamment beaucoup de détournements d'images. Son événement finira par faire le buzz à Los Angeles, si bien qu'il prolongera de plusieurs mois son exposition et vendra beaucoup d'œuvres.



Le succès de Thierry Guetta est principalement dû à une bonne veille réalisée depuis de nombreuses années, en accompagnant continuellement des artistes. Il a notamment su réaliser une très bonne communication et a surtout su bien s'entourer. Les avis concernant Mr Brainwash sont mitigés car pour certains, il a en quelque sorte "volé" le style de certaines œuvres et artistes. De plus, il va produire principalement des détournements d'images, des œuvres qui existaient déjà dans le milieu de l'art. Certains qualifient ses œuvres de "vide de sens". D'un autre côté, certains diront que c'est assez impressionnant de voir toute la veille qu'il a réalisé pendant 10 ans et d'avoir su promouvoir ce mouvement artistique en empochant des millions de dollars. Il a grillé toutes les étapes classiques d'un artiste de Street-Art.

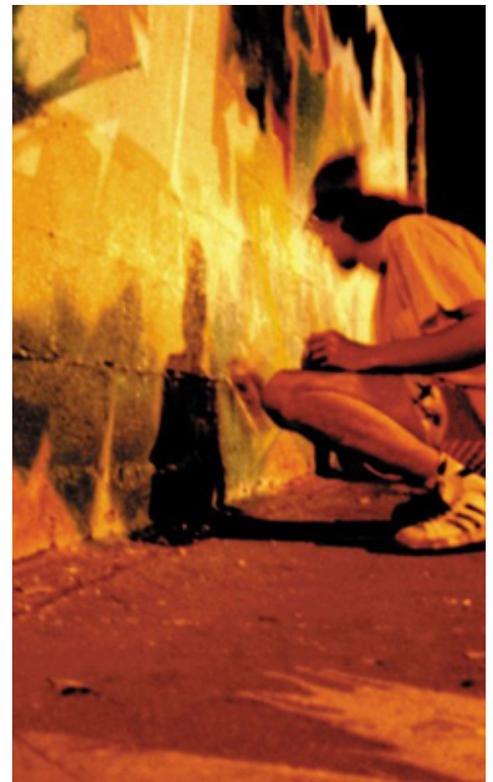
02 "Writers"

Ce documentaire est raconté par de nombreux artistes, initiateurs du graffiti en France (Bando, Mode 2, Futura, Seen...). Ils se sont inspirés de ce mouvement né à New York et ont créé leur propre style. Ils racontent comment ils ont fait évoluer ce phénomène en France et particulièrement à Paris. En 1983, tout Paris était tagué (rue, métro, trains...).

Le vandale est contestataire, le graffiti est considéré par certains comme de la dégradation plutôt qu'une forme d'expression. Pleins de writers internationaux viennent à Paris pour faire du graffiti et/ou du tag et inversement. On peut également voir les différents "crews" comme par exemple NTM, groupe de rap, qui faisaient au départ du vandale. Ce mouvement est particulièrement basé sur la culture hip-hop. Le graffiti donne une portée internationale à des artistes et à des œuvres, qui à la base, avaient une portée nationale.

Le tag évolue et devient pour certains plus abstrait, jusqu'à ne plus être du tag.

Il y a aussi des désaccords entre les graffeurs qui considèrent que la rue est leur seule place et ceux qui se mettent à exposer.



Interventions

01 Morne



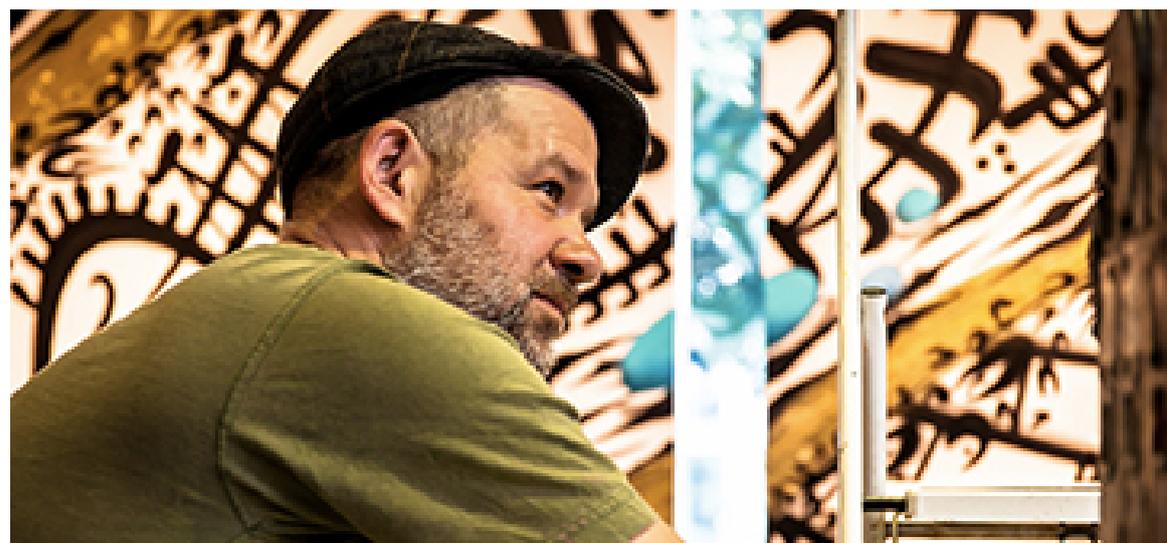
Morne commence sa carrière de Street artiste en 1995 à Paris. Il réalise dans un premier temps des tags par la culture des squattes et des raves parties. Il fait une trajectoire illégale de 1998 à 2002 sur Paris. Il sera le premier à explorer la piste des trains en réalisant du train surfing, mouvement qui arrive de l'Europe de l'Ouest. Le but étant de s'accrocher à des trains et de faire un graffiti pendant qu'il est en circulation. En 2002, il devient animateur en milieu scolaire. Il part ensuite explorer le Pérou où il se rend compte qu'ils ont 2 siècles et demi de culture muraliste. Il y découvre un style différent dont il s'inspire par la suite dans ses graffitis. Il va rester 2 ans au Pérou pour réaliser des fresques sur les murs. Il rentrera en 2016 et retournera à son travail d'animateur tout en continuant la peinture du lettrage. En 2011, une de ses connaissances l'inscrit à un concours de graffiti sous concept de "Battle" entre deux gaffeurs avec un même mot à peindre et avec le même temps pour le réaliser. Il finit en finale mondiale du concours. Ce qui le relance de plus belle dans le monde du Street-Art.

Plus tard, il décide de changer de style car il souhaite se séparer du graffiti aux formes rectangulaires pour passer à du Street-Art de style "abstrait". Ils sont très peu à pratiquer ce style d'art abstrait : 60 dans le monde et 7 en France seulement.



Aujourd'hui, il organise, gère et supervise de grands chantiers de graffiti urbain pour de grands groupes. Il a travaillé pour le groupe Accor Hôtel afin de décorer leur auberge de jeunesse "Joe and Jo". Mais aussi pour le groupe Vinci en réalisant une fresque sur les murs d'une autoroute pour la rendre plus "verte".

Loïc nous a partagé son documentaire "De Lima à Paris". Il s'agit d'un reportage de son expérience au Pérou. Dedans, on le voit principalement réaliser des fresques sur les murs de la rue avec d'autres péruviens. On constate que là-bas, les péruviens ne sont pas du tout dans le refus. Ce n'est pas interdit et c'est plutôt apprécié. C'est d'ailleurs au Pérou qu'il intégrera le "crew" DMJC, né de l'union de deux "crew" fin des années 1999 regroupant les graffeurs BERN, RISK, GIEM... Ensemble, ils participent au Festival Cosmopolite et partent pour Paris où ils rencontrent beaucoup de graffeurs. Un véritable échange culturel qui s'étend jusqu'en Espagne. Aujourd'hui certains membres du "crew" sont très connus en Amérique Latine.



Interventions

02 Anis

Anis se découvre une passion pour le street-art dans les années 1990. Il peindra des façades, des friches, des murs... Par la suite il décidera de faire des études de droits allant jusqu'à obtenir son master en droit en 2010. Il réalisera plusieurs voyages au Chili, en Argentine... et à son retour en France, il décidera de se consacrer uniquement à la peinture sur toile tout en continue de graffer la rue. Cependant, l'organisation de ses voyages lui confirmera son goût pour l'événementiel. Il décidera alors de mêler ses deux passions et de se lancer dans l'organisation d'événements autour du street-art. Il organisera de nombreux événements : La Réserve Malakoff, l'exposition dans un escargot géant qui lui vaudront un remarquable succès dans ce milieu.

Durant cette conférence, Anis nous a parler des différents événements qu'il a organisé et ce qu'il en a tiré comme expérience. Des événements qui l'on fait progresser au cours de sa carrière. Il nous a alors expliqué comment organiser un événement aujourd'hui. Pour cela il nous a donné une multitude de tips, conseils quant à l'organisation d'un événement. Des conseils liés au réseaux que l'on doit se créer au fil des années notamment avec les élus locaux qui peuvent être d'une très grande aide. Mais aussi des conseils concernant le financement d'un événement, les fonds régionaux et départementaux, le mécénat, les partenariats ou encore le sponsoring et enfin sur les différentes recettes à prévoir.

Quelques conseils que nous retenons :

- Tenir un carnet de contact avec les coordonnées de la personne mais aussi la date et le lieu de rencontre afin de le restituer le jour où l'on peut de nouveau avoir besoin de cette personne.
- Pour que le lieu de l'exposition soit au normes, il faut faire appelle à un architecte qui réalise tout un plan du local avec les sorties de secours et les installer si elles n'existent pas (5000€).
- Dans les musées, on a le droit à 1 personne pour 5 m2.
- Il faut pour chaque matériel utilisé, les procès verbaux (ex : bois, tissus... doit être ignifugé).
- Il faut des normes handicapées (ex : 120 cm entre chaque chose pour qu'un fauteuil puisse passer). C'est un bon relais de communication d'informer les associations autour du handicap, que le bâtiment est aux normes.
- Il faut des alarmes incendie, des système d'évacuation des fumées, des lumière en cas de panne de courant, des sorties de secours...
- Il faut que toutes les suspensions soient fixées avec un double serrage (grippel).
- En cas de problème, de permis de construire par exemple, on peut faire passer ça en sculpture immersive et il n'y a alors plus besoin des mêmes normes.
- C'est pratiquement impossible d'assurer des œuvres d'art. Par contre, on doit assurer tous les bénévoles.
- Chaque bénévole doit avoir une fiche spécifiant qu'il est bénévole pour être couvert par les assurances.
- Il faut avoir la licence des buvettes (licence d'alcool temporaire) : ainsi pas de taxes.
- ...

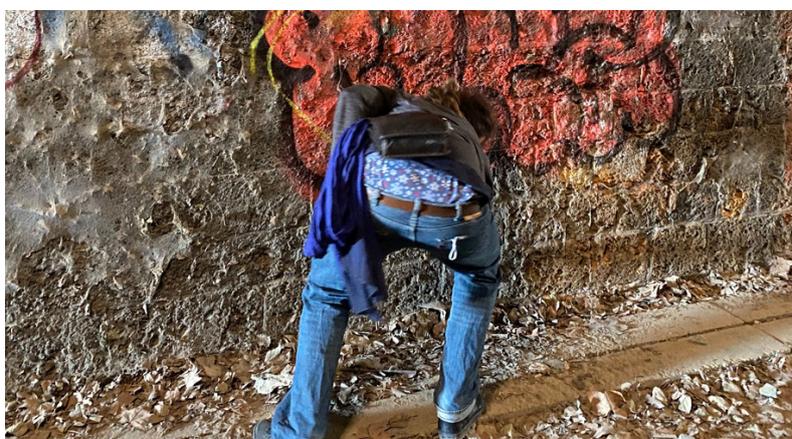
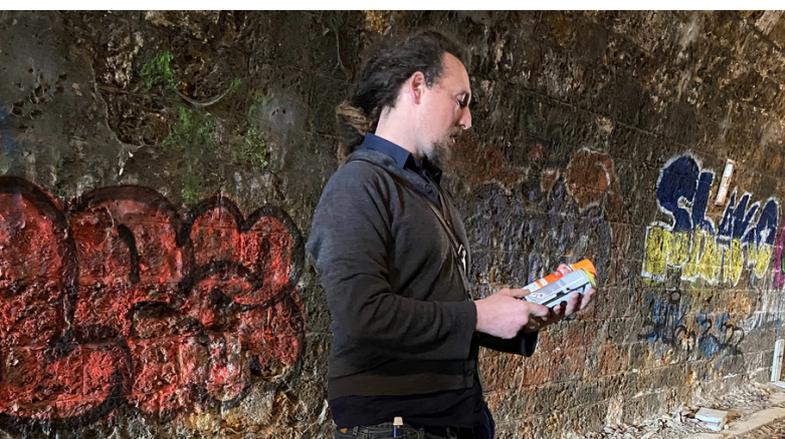


Atelier Graffiti

Le but de cette initiation était de comprendre les différentes techniques employées par les writers lors de la réalisation de graffiti. Nous avons pu découvrir les techniques de contour, de dégradé et de remplissage d'un graffiti mais aussi, la façon de donner du relief et de la profondeur à ce dernier.

Nous avons également été initié à la manière dont il faut tenir sa bombe pour réaliser le contour et le remplissage d'un graffiti. Cela nous a permis de comprendre comment réaliser différentes épaisseurs de trait (fin/épais). Enfin, nous avons eu une explication sur les divers types de bouchons qui existe et ce qu'ils permettent d'obtenir comme résultat.

Nous avons pu pratiquer toutes ses techniques en réalisant le remplissage d'un graffiti dont le contour a été fait par Loïc Perrel. Finalement, nous avons obtenu un super graffiti "Poisson" accompagné d'un poulpe géant.



Ressentis

Léa Vergnier

“ L’expertise culturelle sur le Street-Art fut très intéressante pour nous tous. Ce fut pour la majeure partie d’entre nous une première approche de ce mouvement. Le Street-Art est un mode d’expression artistique que peu de personnes comprennent et/ou connaissent, finalement. Ce fut donc très intéressant d’en comprendre les origines. Mais aussi, d’en connaître les principaux acteurs et styles qui en font partie.

Le format de cette expertise était très varié et donc très appréciable : intervenants, vidéos, reportages, visites.... L’expertise était constituée d’échanges très prenants et inspirants. Nous avons même pu terminer la semaine par une initiation au graffiti de type vandale pour nous mettre dans la peau d’un “vrai” artiste du Street-Art.

Nous avons participé à une semaine très enrichissante avec des rencontres très insolites qui nous ont transmis/partagé leur passion pour le Street-Art mais aussi donné de très bons conseils pour la suite de nos parcours professionnels. ”

Océanne Serve

“ J’ai adoré cette semaine d’expertise ! Je m’y suis inscrite car j’aime le milieu culturel mais je ne connaissais que très peu le street-art. J’y suis donc allée pleine de curiosité.

Toute cette semaine a été très enrichissante. J’ai aimé que vous soyez un vrai professionnel du street-art, pour nous partager votre expérience, vos connaissances, votre réseaux aussi et surtout “l’état d’esprit” du milieu du graff. Pouvoir rencontrer d’autres artistes aux parcours, aux styles et aux vécus variés a aussi été une vraie chance. Cela m’a permis de mieux appréhender cet univers, d’en découvrir les différentes facettes (son histoire, ses origines, ses styles et techniques, ses différentes formes de communication...).

Le street-art est extrêmement riche, artistiquement et culturellement, nous n’avons pu qu’en avoir un aperçu en cinq jours. Néanmoins, malgré le peu de temps disponible, je trouve que nous avons pu évoquer énormément de sujets différents, cela m’a permis de mieux cerner cet art.

De plus, merci pour votre investissement et votre sympathie. La grande variété de supports, de sorties et d’intervenants a rendu cette semaine très agréable. ”

Lyna Ibata

“ La semaine d’expertise street art était une véritable surprise.

Je n’ai personnellement pas d’expérience dans ce domaine et je ne m’y suis jamais intéressée auparavant. L’expertise m’a donc permis de prendre connaissance de cet univers mais surtout de changer complètement mon regard vis à vis des graffitis, des tags, que je voyais dans la ville et même dans les transports. Car grâce aux différentes interventions, notions, techniques et méthodes des profs, j’ai appris à mieux apprécier cet art de rue qui est atypique.

J’ai également eu l’occasion de visiter des galeries à ciel ouvert mettant en avant différents artistes qui jusqu’à là, m’étaient inconnus.

J’ai particulièrement apprécié le moment où nous avons été initié aux graffitis sous un pont avec des collègues qui venaient des autres campus de Sup de Com. Chacun a laissé son empreinte et nous avons passé un bon moment avec le prof qui était très cool.

Au départ nous n’avions aucune idée de ce que le graff allait donner et finalement le résultat était apprécié de tous. ”

Léa Rousseau

“ J’ai beaucoup apprécié cette semaine d’expertise sur le street art. C’est un mouvement que je connaissais vaguement. C’était très intéressant de comprendre ses origines, de voir les différentes techniques du street art et d’en apprendre davantage sur les différents acteurs.

C’était une expertise très riche grâce aux visites, aux rencontres avec les intervenants qui avaient tous des parcours intéressants, et aux reportages. Ça a permis de découvrir un univers très complet.

Ce que je retiens du street art surtout, c’est de voir que ce mouvement est enrichi par beaucoup de cultures différentes, qu’il est partagé/inspiré dans le monde par des street artistes. C’est ce qui rend cet univers unique selon moi.

Aujourd’hui, je suis beaucoup plus attentive quand je vois des fresques ou des tags dans la rue, j’ai un œil plus critique. ”

Etude de cas

Last Minute

Problématique :

Comment promouvoir Last Minute grâce à une campagne de communication coup de poing alors que le secteur du tourisme a fortement été impacté par la crise sanitaire ?

Cible :

Cible principale : hommes et femmes de 20 à 40 ans, adeptes du voyage et de la découverte.

Cœur de cible : jeunes de 20 à 35 ans adeptes du Street-Art.

Objectif :

-Faire connaître la marque.

-Améliorer l'image de la marque grâce à une communication décalée et tournée vers l'art.

Nom de la campagne :

Le voyage urbain

Le projet :

La compagnie de voyage Last Minute cherche à promouvoir ses voyages en direction des capitales européennes. Le monde du tourisme ayant traversé une période difficile et au vue de l'amélioration de la situation qui se prête de nouveau au voyage, l'entreprise souhaite réaliser une campagne "choc" allant pourquoi pas au "buzz". Pour cela, la compagnie de voyage Last Minute lance une campagne de communication en collaboration avec des streets-artistes du monde entier.

La marque propose à 7 artistes du Street-Art de graffer ses espaces publicitaires en utilisant la technique de subvertising. Le but est de faire croire à du vandalisme en laissant les artistes exprimer leur propre style de tag. L'objectif est de susciter l'intérêt du public en l'interpellant avec des phrases marquantes, qui interrogent et laisse place à la curiosité sans qu'elles ne porte atteinte à l'image de l'entreprise.

En effet, la campagne d'affichage aura pour but d'attirer l'attention. Last Minute jouera le jeu de la surprise quant à ce "vandalisme" sur ses affiches publicitaires. L'entreprise entretiendra le suspense et gardera une part de mystère pour faire monter le buzz : *"qui sont ces artistes qui ont vandalisé les affiches de la marque ?"*. Last Minute restera "bon enfant" et se prendra au jeu de ce mystère dans sa communication. Cela pour ne pas créer de polémique ou de bad buzz.

En amont, la marque demandera à chaque artiste de réaliser un graffiti représentant une ville européenne dans les rues de Paris. Des espaces auront été préalablement réservés par Last Minutes en partenariat avec une association soutenant le street-art et les street-artistes.

Chaque graffiti sera accompagné d'un petit stickers last-minute avec un QR-code donnant un indice, 7 au total ainsi que les règles du jeu. Les 100 premiers individus ayant reconstitué le code grâce aux indices et s'étant pris en photo devant chaque graffiti recevront une invitation pour l'événement de lancement de la campagne et pourront alors tenter de gagner un voyage. Pour mettre en lumière ce petit jeu de piste dans Paris, la marque aura également recours à ses réseaux sociaux, toujours en jouant le jeu de la découverte, sans savoir de quoi il s'agit.

La campagne d'affichage mais également le jeu de piste à travers les graffiti auront pour but de promouvoir une exposition immersive de Street-Art dans un avion exposé dans l'aéroport de Paris. Un avion qui aura été entièrement transformé en exposition intérieure comme extérieure, par les artistes sur le thème du voyage. Les participants pourront alors vivre une expérience insolite en participant à cette exposition exclusive. Last Minute les invite à monter à bord d'un voyage urbain unique.

Un partenariat sera réalisé avec une compagnie aérienne et l'aéroport de Paris. Le but étant de relancer le tourisme, chacun pourra bénéficier d'une très grande visibilité.

L'intérêt de cette campagne de communication est qu'elle permet de promouvoir le Street-Art et de faire le parallèle avec la culture du voyage qui est étroitement liée à l'évolution de ce mouvement artistique.

Tous les artistes seront rémunérés pour leur travail et leurs œuvres, à la vente lors de l'exposition.

Visuel concept

Affiche vandalisée :

Les affiches publicitaires de Last Minute seront vandalisées par les artistes avec des phrases du type :
"En 2022, on ne peut que voyager en dernière minute"
"Prévoir longtemps à l'avance son voyage remonte avant 2020..."
"On se fait vieux ..."

L'artiste pourra alors animer le flamant rose en le faisant parler. Mais aussi en lui rajoutant des éléments pour le rendre plus "touriste" : casquette, lunette, appareil photo...



Graffiti ville européenne :



Stickers Last Minute :

LASTMINUTE



SCAN ME

LASTMINUTE



SCAN ME

LASTMINUTE



SCAN ME

Exposition dans l'avion :

L'exposition finale aura lieu dans le hangar d'un aéroport au sein d'un avion. Les artistes viendront taguer et graffer tout l'avion de son intérieur à son extérieur. Les graffes devront avoir un lien avec le voyage urbain en capital européenne.

Les invités pourront alors admirer les street-artistes en train de taguer l'extérieur mais aussi entrer dans l'avion pour une expérience encore plus immersive.

Le visuel est une idée du concept.



Fin

LÉA VERGNIER
OCEANNE SERVE
LYNA IBATA
LEA ROUSSEAU
APHELANDRA SUARES