

**SÉMINAIRE DÉDIÉ AU STREET-ART PRÉSENTÉ AU SEIN DE DIFFÉRENTS ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR SPÉCIALISÉS EN COMMUNICATION « SUP DE COM / PPA / LA POASSONNERIE... »**

**Module de formation intégré à des cursus complets proposés par des établissements d'enseignement supérieur.**

**>> Pour des classes de Mastère Communication & Marketing**

**>> Liens sur les référentiels RNCP (Registre National des Certifications Professionnelles)**

**- Chargé de communication :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34813/>

**- Responsable de communication :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34574/>

**- Manager de la communication :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35249/>

**- Chef de projet en communication :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34352/>

**- Directeur artistique en communication visuelle et multimédia :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36386/>

**- Chargé de marketing et promotion :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34581/>

**- Manager de la communication et du marketing :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34492/>

**- Manager marketing et communication (MS) :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36017/>

**- Manager de la communication et du marketing digital :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34577/>

**Conditions d'accès :** Passage en 5ème Année depuis la 4ème Année

**Pré-requis :** Bac + 4 validés à 60 ECTS en Marketing/Communication

**Volume horaire :** 28 heures par groupe d'étudiants

**Tarifs :** 2800 €

**Modalités d'évaluation :** Un dossier est réalisé et rendu par l'étudiant après le séminaire (compte rendu de films, de présentation et de visites, recommandation stratégique autour d'un projet liant une marque et les Street-Art)

## **Modalités d'accès pour les personnes en situation de handicap :**

Visitez le site de l'AGEFIPH : <https://www.agefiph.fr/>

Soucieux de promouvoir et développer des formations à destination des personnes en situation de handicap, notre établissement s'engage dans cette démarche :

Tous les campus dans lesquels nous intervenons sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Tous les campus dans lesquels nous intervenons proposent des dispositifs adaptés aux personnes ayant un handicap.

Un référent Handicap est nommé dans chaque campus pour mieux accompagner les apprenants en amont, pendant et après la formation.

Une « Charte de progrès pour l'accueil des personnes en situation de handicap » a été créée et diffusée sur tous les campus des établissements dans lesquels nous intervenons et dans le nôtre afin de sensibiliser tous les membres des différents réseaux et les apprenants.

**Débouchés métier :** Directeur de la communication, Responsable de la communication interne, Responsable de la communication externe, Chef de projet événementiel, Chef de pub, Influenceur / influenceuse, Assistant de communication, Directeur de clientèle, Média planneur, Chef de projet, Chargés de relations publics, Chargé de communication, Planneur stratégique, Responsable des partenariats, Community Manager, Concepteur rédacteur, Directeur de la création, Directeur artistique.

## **LE STREET ART, UN OBJET CULTUREL ET UN OUTIL DES PLUS TENDANCES POUR LA COMMUNICATION DE MARQUE ?**

Le Street-Art est un mouvement artistique à part entière, réunissant plusieurs domaines artistiques (Peinture au pochoir, fresques et muralisme, photographie, collage, sculpture, installation et performance), un Art populaire devenu un phénomène de mode, un outil marketing, un produit de consommation, un marché financier lucratif et un axe culturel international.

Le Street-Art est un courant qui vise à modifier le point de vue que l'on peut avoir d'un espace urbain, en utilisant des matériaux et outils issus de cet environnement, à l'instar du Land-Art qui suit un axe similaire au sein de l'espace naturel. Le Land-art se permet d'utiliser des matériaux et outils issus du domaine culturel et urbain, tout comme le Street-art se permet dans une certaine mesure de faire intervenir l'environnement naturel.

Ce mouvement artistique issu des classes populaires aux États-Unis, puis en Europe est un courant de revendication et d'expression identitaire, issu du graffiti et du mouvement Hip-hop, qui s'est progressivement étendu au pochoir, à la fresque, à l'Affichisme et à

l'installation. Il est à l'instar de la publicité un mouvement qui impose ses images et messages dans le milieu urbain et ce à titre gracieux. Les artistes de ce mouvement détournent les codes visuels des sociétés modernes pour créer un langage singulier et un socio-style qui leur est propre.

Le Street-Art se développe depuis de nombreuses années et prend ses racines dans l'histoire de l'Art à différentes périodes et ce depuis l'Antiquité. Il est nommé de cette manière depuis les années 60, de nombreux styles et écoles se sont imposés au fil de ces 50 dernières années ; des artistes de tout horizon, de cultures éparses ont su créer des univers visuels référencés et personnels, variant supports, outils, techniques, éléments iconographiques et typographiques pour concevoir un mouvement artistique à part entière.

Ce mouvement est devenu de plus en plus connu du grand public, du fait de la croissance des fresques autorisées ou non-autorisées au sein des villes, accessibles et visibles par tous. Du fait également d'un relai médiatique grandissant par le biais de magazines spécialisés qui se multiplient, de lignes éditoriales dédiés à l'Art qui présentent de plus en plus des artistes de ce mouvement, des journaux d'informations quotidiens qui diffusent de manière progressive des informations concernant des artistes spécifiques et leurs liens avec des institutions variées ou des entreprises, des performances artistiques non-autorisées comme autorisées et des événements de plus en plus croissants.

De nombreux festivals et foires s'organisent et se développent depuis une quinzaine d'années autour de ce domaine, dans de nombreuses villes, permettant ainsi aux artistes de développer leur notoriété et leurs entreprises indépendantes, permettant aux galeristes de développer le marché de l'Art urbain et d'augmenter à leur tour leur notoriété, permettant aux acheteurs de réaliser des investissements et placements, de développer leurs collections et leurs avantages fiscaux ; ainsi de donner au mouvement Street-Art une légitimité et un impact fort sur la scène artistique internationale.

Les galeries d'Art spécialisées dans le Street-art et le Graffiti se développent de plus en plus, certaines ayant été créées spécialement pour présenter des œuvres et artistes de ce mouvement, d'autres ayant modifié leurs collections au vu de cette tendance florissante.

Les ventes aux enchères proposées par des espaces de ventes tels que Drouot spécialisé dans différents types d'art et Artcurial spécialisé dans le Street-Art, permettent aux artistes d'avoir une plus grande visibilité et une côte. Ils permettent également au marché de s'étendre et d'avoir un impact important sur la sphère économique.

De nombreux artistes sont sortis de la rue pour travailler pour des marques diverses et variées, ont pu ainsi développer leur notoriété et leur travail. Certains artistes y ont vu une opportunité pour transformer leur travail ou développer une production artistique et surfer sur la vague.

Ce mouvement est progressivement devenu un outil de communication efficace pour les marques et leur image. Une appropriation culturelle de la part de ces entreprises gérées par une élite financière, qui y voit une tendance de plus en plus appréciée et de fait toujours plus lucrative, un marché florissant et une niche fiscale efficiente.

Cette évolution a-t-elle dénaturé l'essence de ce mouvement et ses objectifs premiers ou lui a-t-elle insufflé un nouvel élan ? Ce mouvement saura-t-il perdurer ou s'effacera-t-il peu à peu dans la mesure où il sera passé de mode ?

### **Objectifs de l'expertise :**

---

- Les origines et différentes facettes du mouvement.
- L'œuvre Street-Art au sein de l'espace Urbain.
- Le passage de la rue à la Galerie, puis au musée.
- À quel moment une œuvre d'Art est considérée comme Street Art.
- À quel moment le Street-Art est un outil de communication et un produit de consommation.
- Comment mesurer la légitimité des différents acteurs utilisant ce mouvement.
- Comment les festivals dédiés au Street-Art se sont développés ces 15 dernières années.
- Comment organiser un festival Street-Art et communiquer sur cet événement et ses composantes.
- Comment obtenir des financements publics et privés.
- Comment Développer le mécénat d'Art.
- Comment le Street-Art est relayé par les médias.
- Comment un mouvement populaire issu de l'environnement urbain s'est institutionnalisé.
- Comment les entreprises se sont appropriés le Street Art et l'utilisent pour communiquer, se positionner et se démarquer.
- Comment le Street Art est devenu un outil de communication et de marketing.

### **Temps forts :**

- **Films et podcasts**
  - **Interventions de muraliste et artiste, organisateur de festival, gestionnaire de galerie**
  - **Visite de lieux artistiques divers**
  - **Ateliers**
- 

### **1/ Street-Art, une Histoire de l'Art :**

- **Mouvement subversif et revendicateur dont les racines remontent au néolithique.**
- **Un graffiti, une marque représentative, un glyphe**, telle les représentations rupestres, utilisant différentes techniques, outils et matières picturales. Les systèmes d'écritures pictographiques (Sumériens) qui évoluent en systèmes syllabiques et alphabétiques (Akkadiens, phéniciens, grecques...), des pictogrammes, des idéogrammes, des lettres et syllabes, des hiéroglyphes (égyptiens et mayas), forment un ensemble de glyphes et de graffitis réalisées sur des tablettes, pierres, édifices divers, afin de transmettre un message, une identité, une histoire et un style graphique singulier propre à chaque groupe sociétal les utilisant.

- **Le Muralisme Grecque et romain, des fresques représentatives de passages mythologiques ou encore de scènes quotidiennes. Les graffitis de Pompéi.**
- **La mythologie et la fresque (L'hindouisme et ses temples colorés, et ses palais peints)**
- **Des fresques réalisées à la Renaissance sur des murs d'édifices religieux ou royaux ou encore publics en extérieur, par des maîtres tels que Michel-Ange, Raphaël, Botticelli, Lippi et tant d'autres, empruntés de mythologie bibliques et gréco-romaines.**

*>> Les murs des villes comme espaces publicitaires, espaces de revendications et d'expression libre*

- **La réclame par l'Affichage sauvage au 19<sup>ème</sup> siècle en Europe**
- **Défense d'afficher 29 Juillet 1881 ou comment contrôler l'affichage sauvage et donner une place des plus légitimes à la publicité**
- **Les Affichistes 1900, la création d'affiche pour le spectacle et autres produits de consommation : peinture et impression, collage en extérieur sur mur, la promotion culturelle et publicitaire en croissance (Lautrec, Chéret, Mucha...)**
- **Fresques et affiches propagandistes (1910 > 1950) - Russie et Espagne**
- **Hundertwasser et l'Architecture peinte, donner une vision singulière d'une architecture par la représentation graphique figurative, abstraite et géométrique, somme toute colorée.**
- **André Lemonnier : Les harmonies colorées appliquées sur les murs des structures agricoles**
- **Le graffiti writing :**
  - **New-York 1960-1980** > performance non-autorisée sur mur, train et métro - (TAKI 183, Quik, Seen, Blade et Dolores...) cf : « SubwayArt » by Martha Cooper et Henry Chalfant
  - **Paris 1980-1990** > (Lokiss, Bando, Mode 2, UV TPK...) cf : « Film Writers, 20 ans de graffiti à Paris »
- **La lettre graffiti et la Typographie (construction, lisibilité et stylistique) > transmettre un message, une identité et un style visuel en performance non-autorisée**
- **Le pop Art et le Street-art :**
  - Un Art lié aux sociétés modernes, capitalistes de consommation qui en fait l'éloge ou la critique
  - Wharol et Jean-Michel Basquiat (Art brut, naïf et pop)
  - Roy Lichtenstein et D Face

- Speedy Graphito et la critique d'une société de consommation par le détournement de logos et figures liés à la société de consommation
- **L'illustration et le Graffiti :**
  - Keith Haring et ses personnages simples en références aux bandes-dessinées populaires
  - Tristan Eaton, Kobra...
- **Le Dripping de Jackson Pollock et le graffiti, le mouvement de la matière picturale**
- **L'abstraction dans le graffiti :**
  - Effacement et superposition
  - Formes abstraites et géométries > Le mouvement abstrait dans l'ART du 20<sup>ème</sup> siècle
- **Le détournement publicitaire :** Hogre et le subvertising ! L'art de détourner la publicité
- **L'Art du pochoir dans le Street-Art :** Logan Hicks, Ernest Pignon Ernest, C215
- **Un mouvement artistique contestataire et libre qui s'institutionnalise :** les galeries, les ventes aux enchères, les médias, les musées, les festivals, les collectionneurs et investisseurs...
- **Le tournant du mouvement, les années 2000 :**
  - Banksy : Le pochoir et le message politique
  - Invaders : La combinaison de figures liées au jeu vidéo avec une technique ancienne la mosaïque présentée sur les murs des villes, la Rue comme espaces d'exposition
- **Le Street-Art et la décoration / L'hôtellerie et le muralisme**
- **La Photographie et le Street-Art :** La photographie utilisée pour rendre compte des installations, performances et créations et utilisée comme outil de création pour des productions en light-painting.
- **Le Street-Art sur toiles et autres supports (outils, iconographie, références, custom et merchandising)**
- **Amérique du sud,** la fresque comme véhicule d'histoire, de mythologie et de symbolisme, un style à part entière qui s'exporte en Europe : INTI...
- **L'Art de l'installation dans la rue :** de la 2D à la 3D / de la peinture à la sculpture, Déformation de l'espace urbain (Bordalo 2, Mark Jenkins, David Mesguich, Mademoiselle Maurice...)
- **Le Street-Art dans la Ville par les villes pour leur image, sur Commande,** le néo-muralisme, des fresques monumentales réalisées sur des bâtiments de différents types.
- **Les marques, la publicité et le Street-Art – Chevrolet « Street-Art Documentary »**
- **Le Street-Art et les réseaux sociaux :** outils permettant de développer la notoriété des artistes et leurs liens avec le public

**Un mouvement qui se démocratise par le développement des réseaux sociaux, du partage d'œuvres et de tutoriels à grande échelle, d'un matériel abordable et de plus en plus distribué.**

>> **Visionnage du Film : Writers, 20 ans de Graffiti à Paris** > Le mouvement graffiti est une facette du Street-Art puisqu'il utilise l'espace urbain pour exprimer des idées, un style, et les valeurs d'un groupe socio-culturel spécifique.

>> **Visionnage d'épisodes du documentaire « The Rise of Graffiti Writing » sur Arte :**

*Une série documentaire en 10 épisodes pour retracer l'histoire du graffiti : des débuts dans le New-York des années 70 jusqu'à la percée du virus en Europe au milieu des années 80. Une plongée dans la ville qui a vu le mouvement naître en son sein, dans le Bronx, puis un voyage vers l'Europe, où le mouvement se répand comme une trainée de poudre dès 1983 à Amsterdam, Paris et Londres. Puis sur tout le continent.*

## **2- De la rue à la galerie et au musée**

**Comment le Street-Art s'est institutionnalisé depuis les années 2000 et est devenu un pan de l'Art contemporain que les galeries présentent et vendent, que les musées commencent à s'arracher, que les salles de ventes aux enchères proposent et que les villes souhaitent avoir en leur sein, bien sûr de manière contrôlée, sur commande.**

- Agnes B. et ses artistes Street-Art, futura 2000, jonone... : Elle permet au mouvement de se développer et de se faire connaître du grand public, aux artistes de se faire connaître et à sa marque d'être avant-gardiste et de développer son image
- Galerie Itinérance a ouvert la voie avec des événements hors galerie tour Paris 13 / Djerba Hood pour faire la promotion de ses artistes, du mouvement lui-même et de la galerie
- De plus en plus de galeries se sont créées ces 15 dernières années à Paris, à Lyon et Marseille, dans les grandes villes du monde (spacejunk, galerie pluskwa, le Lavomatik, Ghost Galerie, Arts and Craft, atdown gallery...)
- Le prix du Graffiti en France, un appel à concours, une exposition et une vente aux enchères
- Les artistes Français du 21<sup>ème</sup> siècle : BOM K, Brusk, Hopare, 132 crew, Astro, Thomas Canto...
- Le musée Art 42 et fluctuart sont des musées dédiés au Street-Art à Paris
- La communication des galeries (presse, réseaux sociaux, magazines, foires et salons...)

## **3- Les foires et salons**

- **Art basel, Urban art Fair...**

Le rassemblement des galeristes et collectionneurs présentant et négociant le travail des artistes.

Des rassemblements importants pour certains artistes qui en tirent de la notoriété, de la reconnaissance, des articles et des profits leur permettant de développer leur entreprise et leur travail.

La communication et les relais d'information sont de plus en plus importants et sont au profit des artistes, du mouvement lui-même qui se fait connaître du grand public, des acteurs commerciaux et médiatiques et des photographes.

Les Magazines présentent les artistes et les salons dans lesquels les trouver, ils sont de plus en plus nombreux (Graffiti Art, Street-Art magazine, Stuart Mag en France.), d'autres lignes éditoriales dédiées à l'Art se tourne vers ce mouvement, ses pratiques et ses artistes.

#### **4- Les ventes aux enchères, un marché de plus en plus florissant**

- **Drouot** – les salles de ventes de cet espace mondialement connu se tournent de plus en plus vers le Street-Art pour développer davantage le marché et développe des partenariats avec des événements tels que le Prix du Graffiti par exemple, imaginé et organisé par l'Association Graff'Art.
- **Artcurial est une salle de ventes spécialisées dans le Street-Art et Graffiti** qui ouvre la voie à une scène internationale grandissante et à un marché en perpétuel évolution. Le nombre d'œuvres présentées n'a jamais été aussi élevé.
- **Christies ou encore Sotheby's** ont ouvert leurs ventes à ce mouvement toujours plus lucratif

#### **5- Les festivals d'Art Urbain et graffiti de plus en plus en vogue permettant à toute classe sociale de se côtoyer au travers du travail des artistes**

De plus en plus de villes proposent leur festival de Street-Art, être dans le coup, embellir l'espace urbain, présenter la scène artistique

- **USA** : Le chalk festival (art urbain au sol) / Art Basel à Miami qui permet aux artistes urbains d'exploiter la ville /
- **Canada** : Festival Mural
- **Europe** : Bristol Upfest / Bloop festival (Ibiza) / Ibug (Allemagne) ...
- **France** : Underground effects / Street-art Fest à Grenoble / Just do paint
- **Street-Art city** : Une cité dédiée au *Street-Art*. Une découverte architecturale et artistique éblouissante en immersion totale, en Auvergne,.
- **Les festivals itinérants (La réserve malakoff / Tour Paris 13...)**

De nombreux festivals sédentaires et itinérants se créent et se développent avec des artistes récurrents référents de la scène Street-Art mais également de nombreux artistes moins médiatisés mais tout aussi talentueux, un moyen pour le grand public de connaître davantage le mouvement et ses acteurs, un moyen pour les médias de diffuser de l'information, un moyen pour les artistes de tisser du lien et un moyen pour les galeristes de développer le marché et leurs offres et pour les collectionneurs d'accroître leur collection et leurs investissements.

#### **6- Fédération de l'Art Urbain en France : Une institutionnalisation grandissante du mouvement**



- La Fédération de l'Art Urbain est une association à but non lucratif soutenue par le ministère de la Culture.  
Elle représente les acteurs et les actrices de l'art urbain en France.
- La Fédération encourage la reconnaissance artistique de l'art urbain et de ses pratiques, en lui offrant notamment une meilleure visibilité et protection tout en insistant sur sa singularité.

#### **7- Des ouvrages traitant du mouvement, de plus en plus édités, visibles et appréciés**

- **Subway Art**, le livre du graffiti new-yorkais (Henry Chalfant et Martha Cooper - 1984)
- De plus en plus de livres retracent l'histoire du graffiti et du Street-Art, dans différents pays, une institutionnalisation grandissante du mouvement :
- Planète graffiti, le graffiti à la bombe, Street-Art Mode d'emploi, Arte Callejero en Chile...
- Les Artistes et leur travail de plus en plus représentés : Banksy, Brusk, Invaders, Inti...
- **Marqué à vie, 30 ans de Graffiti à Paris / Paris City Graffiti** des ouvrages de Comer OBK ou comment l'artiste graffeur rend compte de son mouvement et de son expérience.
- **Les librairies spécialisées se multiplient**
- **Etat des lieux du graffiti au street art**, un ouvrage de Cédric Naïmi retraçant en image le mouvement, son évolution et son institutionnalisation via différentes interviews : *l'auteur présentera son travail lors d'une conférence donnée à la Galerie Amarrage*
- Les autres guides du Street-Art..

#### **8 – les marques et le street-Art (tendance dans laquelle de plus en plus de styles visuels et domaines de création sont intégrés / le muralisme et les marques)**

Ce mouvement, son iconographie, ses représentants et leurs démarches artistiques s'institutionnalisent depuis les années 2000 et deviennent peu à peu un outil de communication efficace qui parle aux publics, dans le but de promouvoir des villes, des marques diverses et de développer leur image et leurs valeurs. Une appropriation culturelle de la part de ces entreprises gérées par une élite financière, de ces villes gérées par une élite politique et sociale.

Le travail des artistes de ce mouvement est un moyen efficace de capter l'attention du grand public qui voit partout en ville l'étendue de ce mouvement, de plus en plus contrôlé et autorisé par les pouvoirs publics et les classes dirigeantes. Le Street-Art, de plus en plus relayé par la presse propose un vivier de codes visuels permettant de créer des supports de communication adaptés aux sociétés d'aujourd'hui et optimisés pour développer l'image de marque des entreprises.

- Les villes veulent avoir des espaces de fresques et revendique le Street-Art comme une tendance urbaine incontournable embellissant leur image, proposant ainsi des musées à ciel ouvert accessibles à tous et offrant une activité touristique supplémentaire. Le muralisme monumental prend une ascension fulgurante tout comme celles des artistes qui la représentent.

**Exemples :** Street-Art 13 à Paris, La L2 à Marseille, les murs de Philadelphie...

**Visionnage du Film :** Sky is the limit > fresques, muralisme, décoration et moyen d'expression diffuser en ville sur des parois de plus en plus grandes et visibles.

**Visite :** Les tours peintes du 13ème arrondissement de Paris, projet « Street-Art 13 » organisé par la Galerie « Itinérance » avec des artistes comme Pantonio, Inti, Shepard Fairey, D face, Bom.K...

- **Exposition EDF** mettant en avant la place de la technologie dans l'évolution d'un mouvement : #StreetArt, l'innovation au coeur d'un mouvement - Espace Fondation EDF (PARIS / MULHOUSE)
  - **Présentation du travail de différents artistes travaillant avec la texhnologie et les marques (Patrick Suchet, Rézine,**

**>> Les marques travaillent avec des graffeurs, fresquistes et street-artistes**

- **C215 et Ubisoft, le concepteur de jeu vidéo a utilisé le travail de C215, artiste pochoiriste pour agrémenter les murs du jeu « Far Cry 4 »**
- **Chevrolet**, pour la campagne de son modèle d'automobile « Chevy Sonic Street Art » a travaillé avec l'artiste « Jeff Soto » cf: « **Street-Art Documentary** » (<https://fr.adforum.com/creative-work/ad/player/34474336/street-art-documentary/chevrolet>)
- **ASOS Design qui utilise des illustrations Street-Art pour ses vêtements :** Customisations originales et imprimés
  - **Réalisation de fresques éphémères pour la promotion de la marque**
- **Les marques de vêtements** développées par des acteurs du mouvement Hip hop et Graffiti : Com 8
- **La marque « Louboutin »** a commandé à l'artiste Make, en 2012 une gigantesque fresque à Beverly Hills sur un mur à 3 pans.
- **Campagne #OneWithTheCity par Asics**
- **Joe and Joe (hôtellerie et auberge de jeunesse) et les Artistes Français**

**Visionnage du Film :** Faites le mur banksy

**Références web :**

- <https://medium.com/vie-des-m%C3%A9dias-internet-nouveaux-outils-de/street-culture-publicit%C3%A9s-le-d%C3%A9but-de-lacceptation-des-sous-cultures-47c84204c421>

**9 - Projet de groupe à concevoir durant le séminaire et à finaliser après :**

Créer des groupes de 5 :

- Choisir une marque et proposer un projet de communication (visuels et supports) utilisant le Street-Art dans le cadre d'une communication de marque et d'image ponctuelle. Les choix de solutions de communication, supports, événements devront être justifiés et référencés au travers d'une veille informationnelle approfondie.

- Le dossier comprendra tous les compte-rendu de visites et de visionnages, Une veille informationnelle et une planche des tendances Street-Art utilisées pour créer les visuels, une recommandation stratégique détaillée et un visuel utilisé dans le cadre de cette campagne.

## 10- Atelier graffiti

- **Atelier de conception créative en brainstorming par groupe sur 2h de temps pour l'école « sup de com » en utilisant des éléments iconographiques et typographiques propres au mouvement Street-Art pour développer l'image de l'école liée à la jeunesse et à la création urbaine.**

>> Réalisation d'une fresque à l'aérosol sur des planches

- Prévoir un budget matériel : 3 planches d'OSB / Tasseaux de bois / Vis / Acrylique blanc / Rouleau / 20 aérosols (environ 150€)

## Récapitulatif des activités :

### 1- Interventions :

- **Cédric Naïmi** > Créateur de Graff'art et du « Prix du Graffiti », organisateur d'expositions Street-Art et de ventes aux enchères, développeur de la Galerie Amarrage.
- **Hadrien Bernard (Anis)** > Organisateur d'événements Street-Art et Graffiti, Artiste graffeur
- **Benjamin Foure (Morne)** > Artiste graffeur spécialisé dans l'abstrait qui participe et organise des festivals de Graffiti et de Street-art, qui travaille avec des marques comme Joe and Joe (hôtel)
- **Loïc PERREL (Poasson)** > Artiste plasticien, Organisateur d'événements Street-art à l'hôpital, consultant

### 2- Visites : 54 étudiants > 1 groupe pour la première visite et 2 groupes pour les visites suivantes

- >> 1 groupe en visite pendant que l'autre développe le projet de groupe en classe
- >> Prise de note et prise de vue pour réaliser un compte-rendu par groupe

- **Galerie Amarrage – Puces de Saint-Ouen** : 88 Rue des Rosiers, 93400 Saint-Ouen
- Galerie Associative au cœur des Puces de Saint-Ouen proposant des expositions, des visites des Puces ainsi que des ateliers créatifs au sein de la cour de la galerie.
- **Fluctuart** : Pont des invalides - 2, port du gros caillou - 75007 Paris - +33 (0)7 67 02 44 37 / [www.fluctuart.fr](http://www.fluctuart.fr) (entrée gratuite)
- Musée du Street-Art flottant sur la Seine
- **Fresques "Street-Art 13"** : Paris 13ème (Glacière, Chevaleret, Nationale), Fresques Monumentales réalisées par des artistes renommés, projet organisé par la Galerie « Itinérance » en partenariat avec la Mairie du 13<sup>ème</sup> Arrondissement de Paris

### 3- Visionnages : Résumé et compte-rendu des visionnages

- **Visionnage du Film : Writers, 20 ans de Graffiti à Paris**
- **Visionnage d'épisodes du documentaire « The Rise of Graffiti Writing » sur Arte**
- **Faites le mur!** Film de Banksy  
(Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=C8A1ahcawZk>)
- **Sky is the limit** (Location du film sur apple TV : 2,99€)
- **Chevrolet « Street-Art Documentary »** (visible sur internet)