

Table des matières

Listes des tableaux.....	v
Liste des figures	vi
Liste des abréviations	vii
Introduction.....	1
Chapitre 1 : Revue de la littérature	2
1.1. Questions de recherches et objectifs	5
1.2. Méthodologie	7
1.3. Problématique	7
1.4. Définitions.....	8
1.5. Les différentes méthodes et techniques	10
1.6. Les supports.....	13
Chapitre 2 : La Ville de Neuchâtel.....	14
2.1. Stratégies touristiques actuelles.....	16
2.2. Le tourisme neuchâtelois en 2018.....	17
2.3. État des lieux	20
2.3.1. Synthèse des supports et techniques utilisées à Neuchâtel.....	23
2.3.2. Localisation dans la Ville.....	24
2.3.3. Les lieux qui pourraient être privilégiés pour les projets futurs	25
2.4. Analyse SWOT de la Ville de Neuchâtel.....	25
Chapitre 3 : Enquête qualitative	28
3.1. Transmission de l'enquête.....	29
3.2. Public-cible	29
3.3. Profils des répondants	29

3.4.	Analyse et interprétation des résultats	34
3.5.	Synthèse des résultats	41
3.6.	Les freins au développement de l'art urbain à Neuchâtel.....	41
Chapitre 4 : Analyse de l'interview		42
Chapitre 5 : Benchmark des meilleurs concepts dans d'autres villes.....		45
Chapitre 6 : Suggestions d'idées pour mettre en valeur Neuchâtel via l'art urbain.....		49
6.1.	Suggestion n°1 : une installation dans la cour de l'École Supérieure du Numa-Droz 50	
6.2.	Suggestion n°2 : une sculpture sur l'eau	51
6.3.	Suggestion n°3 : une galerie d'art urbaine sur la place des Jeunes-Rives	53
6.4.	Suggestion n°4 : de l'art urbain dans les arbres	54
6.5.	Suggestion n°5 : décorations urbaines à la rue des Moulins	55
Conclusion		56
Références.....		59

Listes des tableaux

Tableau 1 : État des lieux.....	20
Tableau 2 : Analyse SWOT	25
Tableau 3 : Provenance des répondants	30
Tableau 4 : Benchmark	45

Liste des figures

Figure 1 : Provenance des touristes	19
Figure 2 : Localisation des œuvres urbaines dans Neuchâtel.....	24
Figure 3 : Graphique de la provenance des répondants.....	31
Figure 4 : Graphique du sexe des répondants.....	31
Figure 5 : Graphique représentant l'environnement des répondants	32
Figure 6 : Graphique de la tranche d'âge des répondants	33
Figure 7 : Graphique du statut professionnel des répondants.....	33
Figure 8 : Graphique de la question n°1 de l'enquête.....	34
Figure 9 : Graphique de la question n°2 de l'enquête.....	35
Figure 10 : Graphique de la question n°3 de l'enquête.....	36
Figure 11 : Graphique de la question n°4 de l'enquête.....	37
Figure 12 : Graphique de la question n°5 de l'enquête.....	38
Figure 13 : Graphique de la question n°6 de l'enquête.....	39
Figure 14 : Graphique de la question n°7 de l'enquête.....	40

Liste des abréviations

USP	unique selling proposition
UniNe	Université de Neuchâtel
HE-Arc	Haute Ecole Arc Neuchâtel Berne Jura
FST	Fédération Suisse du tourisme
J3L	Jura & Trois-Lacs
NTC	Neuchâtel Tourist Card
NIFFF	Festival international du film fantastique de Neuchâtel
EPFL	École polytechnique fédérale de Lausanne
CSEM	Centre suisse d'électronique et de microtechnique
CPLN	Centre professionnel du littoral neuchâtelois
KLAB	Kultural Laboratory

Introduction

« L'intérêt de l'art public réside encore dans sa capacité à transformer l'expérience la plus mondaine, ou la plus banale, en une véritable expérience artistique ». (Hagelstein, 2012, p. 98). L'art urbain dans son sens protéiforme se met au service, depuis plusieurs années, des pouvoirs publics, comme un instrument de communication, comme marqueur de culture et d'embellissement des espaces publics. Souvent, lorsque l'on parle d'art urbain et d'art public, l'on se réfère aux monuments, comme les sculptures ou les fontaines, alors que ces termes englobent beaucoup plus de types d'art, comme par exemple, les installations contemporaines, le mobilier urbain, les murales ou les effets sonores. Les œuvres installées dans l'espace public sont souvent en dialogue avec leur environnement, en relation avec la morphologie d'un lieu, ou alors, au contraire, elles seront en contraste avec le lieu. L'art urbain a pour double objectif d'agrémenter la découverte d'une ville pour les visiteurs qui y viennent pour la première fois et de faire redécouvrir la ville sous d'autres angles aux habitants.

Ce travail traite de l'art urbain dans la Ville de Neuchâtel et vise à déterminer si la mise en place de projets d'art urbain innovants et originaux dans la Ville seraient un atout, notamment pour se distinguer des autres villes de Suisse romande et comme nouvel attrait touristique. Dans cette perspective, le travail est composé de six parties. Il débute avec l'explication des objectifs, de la méthodologie, de la problématique et des différentes définitions. Il se poursuit avec une brève présentation de la ville de Neuchâtel, d'une description des stratégies touristiques en vigueur, d'un état des lieux de ce qui existe en termes d'art urbain dans la ville, ainsi que d'une analyse SWOT de la destination. Le chapitre trois est consacré à la présentation des résultats de l'enquête qualitative et à l'interprétation des données. Dans le chapitre suivant, il s'agit de l'analyse de l'interview. A la partie cinq, un benchmark de concepts d'art urbain trouvés de part et d'autre du monde est présenté et, finalement, le dernier chapitre formule des suggestions et des idées de projets adaptés sur mesure pour la Ville de Neuchâtel.

Chapitre 1 : Revue de la littérature

Les chercheurs et les amateurs, débattent encore actuellement sur l'origine du *street art* et du graffiti. « L'histoire du *street art* est difficile, voire impossible à retracer » (Frederick, 2016, p.6). Pour certains, le graffiti serait né à l'époque de l'antiquité, voire même plus tôt, pendant la période paléolithique, faisant référence aux dessins et inscriptions murales calligraphiques dans les grottes. En tout cas, le terme graffiti est apparu pour la première fois au 19^{ème} siècle dans le livre de Raphael Garrucci « Graffiti de Pompéi : inscriptions et gravures tracées ». (Yang, 2014, p. 32). Pour d'autres, le graffiti / *street art* est un genre à part entière qui n'a pas nécessairement de lien avec l'antiquité. Quoi qu'il en soit, écrire, dessiner et laisser un message dans des lieux qui ne sont pas prévus à l'origine est un comportement humain fréquent qui remonte à la nuit des temps. Mais, c'est un jeune, sous le nom d'artiste « Cornbread » venant de Philadelphie aux États-Unis, qui a propulsé le graffiti dans les années 60. Il a vite été rendu célèbre par de nombreux médias car il apposait sa signature d'une façon unique en omniprésence dans la ville. La pratique du *tag* s'est ensuite rapidement globalisée aux États-Unis. (White, 2018, p. 4).

« Les stylos, les crayons et les gravures étaient courants dans l'art du graffiti avant les années 1960. » (White, 2018, p. 5). Apposer une signature au stylo, au crayon ou au marker est désigné par les experts comme étant des *tags*. Le mouvement s'est très répandu autour des années 1970, surtout chez les jeunes défavorisés, dans les quartiers pauvres d'un New-York en crise. En effet, les jeunes étaient souvent motivés par le contexte socio-politique et la situation difficile dans laquelle ils se trouvaient. L'objectif des jeunes exerçant le graffiti était bien souvent de faire passer un message contestataire aux pouvoirs publics et surtout, de marquer un territoire. Le graffiti coloré tel que nous le connaissons aujourd'hui est apparu dans la fin des années 1970 et au début des années 1980 avec la peinture en bombe aérosol.

Le *tag* qui est une signature basique réalisée rapidement pour être reproduite le plus possible dans les espaces publics, a évolué vers le graffiti qui est plus gros, plus complexe, plus détaillé et plus coloré. L'évolution se poursuit avec l'arrivée du style *Bubble* qui donne du

volume aux lettres. Le *tag* et le graffiti entrent tous deux dans une catégorie nommée le *style writing*.

Il aura fallu attendre les années 80 pour que le *street art* passe les frontières de l'Europe. « Au cours des années 1990, le hip-hop est passé au courant dominant et a pris l'art du graffiti avec lui. » (White, 2018, p. 6). Le graffiti prit une telle ampleur, qu'il a subi des controverses sur le fait d'être un art ou pas. La ville de New-York ne tarda pas à criminaliser le graffiti qui est qualifié de vandal et illégal. Ces mesures contre le graffiti ont atténué le phénomène durant une dizaine d'années. Quoi qu'il en soit durant cette période, le *street art* n'était pas considéré par les institutions comme étant de l'art à proprement parler, hormis quelques galeristes qui y trouvaient une certaine esthétique nouvelle et novatrice.

Dans les années 2000, de nouveaux artistes comme Banksy ou Shepard Fairey ont relancé une nouvelle dynamique du *street art*. Une nouvelle appellation apparaît, le post-graffiti. Par le biais de leurs œuvres, ils véhiculent d'autres types de messages avec humour et satire. « Les artistes de la rue ont bouleversé la question de l'art. Ils n'aspirent pas à modifier la définition de l'œuvre d'art mais cherchent à intégrer la question des situations sociales existantes dans leur travail ». (Yang, 2014, p.11). De nouvelles techniques sont utilisées, comme le pochoir ou l'autocollant par exemple. Le pochoir et l'autocollant (*stickers*) deviennent très appréciées, car elles sont faciles à exécuter. Le *street art* devient alors très hétérogène et difficile à définir. Pendant très longtemps, l'art de rue était porteur de messages politiques et de dénonciations sociales. A présent, le *street art* s'est beaucoup diversifié, il peut encore être protestataire et contestataire, mais aussi publicitaire, marchand, humoristique ou destiné à sensibiliser la population sur certains sujets comme le climat.

Nous faisons maintenant une distinction entre le graffiti et le *tag* qui sont du lettrage et le *street art* qui englobe toutes les autres formes et techniques. Leur seule caractéristique en commun sont les lieux d'exécutions ; la rue et les espaces publics. Ce mouvement artistique parti des États-Unis, s'est peu à peu exporté aux quatre coins du monde. Les objectifs des artistes sont actuellement autant variés que leurs façons de procéder, la plupart des œuvres ont seulement pour but d'embellir un espace ou de le révéler, sans forcément faire passer un

message explicite. « Le *street art* ne se contente pas d'utiliser la rue : il la transforme ! ». (Baldini, 2016, p. 7)

Cet art étant de plus en plus accepté par la population, les villes et les institutions y ont vu un moyen pour se différencier, attirer des touristes et dynamiser l'économie. L'art de rue est aujourd'hui pleinement inclus dans les stratégies de marketing territorial. Du *street art* considéré comme spontané et illégal, nous passons à de nouvelles pratiques, maintenant valorisées : l'art urbain institutionnalisé. Les dénominations qui définissent l'art commandité par les pouvoirs publics, destiné à prendre place dans l'espace public ne manquent pas : art public, art urbain, art de rue, art en plein air, art environnemental, art dans la ville ou encore musée à ciel ouvert. (Pringuet, 2017, p. 26)

Selon Benjamin Locatelli, un artiste qui pratique le graffiti depuis de nombreuses années, il explique pourquoi le *street art* a été poussé sur le devant de la scène et a fait qu'aujourd'hui c'est un art valorisé. Il explique, que les galeristes, les marchands d'art et les autres acteurs du secteur s'y sont intéressés de près. Ils ont su diriger le marché en conséquence et un intérêt du public s'est créé. La mise en avant de certains artistes, le marketing autour d'eux et l'évolution des goûts ont mené à un changement global des mentalités autour de ce type d'art. De plus, le développement des réseaux sociaux et le partage généralisé de photos sur le web a largement favorisé la mise en lumière du *street art*. (B. Locatelli, artiste graffiti, communication personnelle, 5 novembre 2019).

L'art urbain regroupe donc toutes les œuvres commanditées par une ville ou une institution et qui seront exposées ou créées dans l'espace public. Le statut *street art* a évolué et il est passé d'une pratique criminalisée et détestée, à une pratique valorisée et institutionnalisée. (Grondeau & Pondaven, 2018, p. 2). Le terme *street art* quant à lui, peut regrouper globalement des œuvres légales ou illégales. Si les villes cherchent à incorporer de l'art urbain, c'est parce que cela donne une autre dimension aux espaces et donne une atmosphère agréable aux rues, aux quartiers et à divers lieux publics. Les œuvres d'art créées pour un site spécifique (l'art *in situ*) aident à révéler le lieu et à s'y attarder pour observer. « L'art dans l'espace public est aujourd'hui utilisé comme outil des politiques sociales, environnementales et culturelles, et est régulièrement intégré dans des programmes d'aménagement urbain ».

(Couret, 2014, p.19). Malgré tout, une partie des artistes qui exercent leur art dans les rues, n'acceptent pas que le *street art* puisse être institutionnalisé, car cela enlève le caractère rebelle de leurs actions. En revanche, nombreux sont les artistes qui alternent entre les pratiques légales et illégales, afin de gagner leur vie. (Kullmann, 2015, p. 4).

Dans ce bazar qu'est le l'art urbain, on trouve un peu de tout : affiche, autocollant, contreplaqué, dessin à la craie, à l'encre de chine, détournement d'objet, d'image, de slogan, installation, sculpture, leds, laser, mosaïque, moulage, pochoir, peinture au pinceau, au rouleau, à la bombe, *tag*, tricot, performance, photographie, etc. (Genin, 2015, p. 3). Tout est possible, c'est un art sans limites et comme beaucoup d'autres domaines artistiques comme la mode, l'art urbain est difficilement cadrable. Cependant, lorsqu'un artiste doit intervenir dans l'espace public, peu importe l'œuvre, il est face à plusieurs contraintes. Une des contraintes, est l'interaction de l'œuvre avec le lieu. En effet, selon Couret, Magalie (2014, p. 41) « l'artiste doit s'approprier l'espace dans lequel il va agir, sans pour autant le dénaturer ».

Ces dernières années, de nombreux projets et de nombreuses associations ont vu le jour afin de promouvoir le *street art* institutionnalisé. Les institutions débloquent des budgets pour mettre en valeur des périphéries ou des centres-villes, que cela soit historique ou en régénération (Jacquot et al., 2018, p. 1). « Longtemps limitée aux monuments commémoratifs, la commande publique connaît depuis le début des années quatre-vingt une réelle évolution et s'ouvre à d'autres lieux et à d'autres formes d'art » (Couret, 2014, p. 21). Bien que les projets artistiques urbains soient actuellement largement encouragés par les pouvoirs publics, les œuvres réalisées dans l'illégalité sont tout de même susceptibles d'être sanctionnées, alors que les œuvres créées dans un cadre institutionnel sont souvent soutenues, voir financées par l'État. (Kullmann, 2015, p.2-5).

1.1. Questions de recherches et objectifs

Voici les deux questions de recherches qui ont été validées par la convention :

« Quelle est la plus-value de l'art urbain pour la Ville de Neuchâtel ? »

« L'art urbain apporte-t-il touristiquement, et pour les habitants de la Ville de Neuchâtel, une valeur ajoutée ? »

Les trois objectifs de ce travail sont les suivants :

Objectif 1 (scientifique) : réaliser un état des lieux de ce qui a déjà été entrepris en matière d'art urbain dans la Ville de Neuchâtel.

C'est une première phase d'inspection dans laquelle il s'agit d'identifier des projets d'art urbain actuellement présents dans la Ville de Neuchâtel ou qui ont eu lieu récemment. C'est une entrée en matière dans le travail qui permet de déterminer dans quels endroits de la Ville il y a actuellement ou il y a eu dans le passé, des projets d'art urbain et quels sont les supports et techniques qui ont été utilisés.

Objectif 2 (scientifique) : Étudier le marché afin de définir la demande, à la fois des locaux et des éventuels touristes, en matière de valorisation de la ville par l'art urbain.

Par le biais de cet objectif, cela permet de cerner les attentes et les demandes des habitants de la Ville ou du Canton, ainsi que les potentiels touristes ou excursionnistes. Au travers de cet objectif, il sera intéressant d'identifier par quel type de mise en valeur urbaine les gens sont intéressés, si de tels projets pousseraient les gens à venir plus volontiers à Neuchâtel ou si, au contraire, il y a d'éventuels freins à ce genre d'initiatives.

Objectif 3 (professionnel) : Proposer des idées et des suggestions de mise en valeur de la Ville de Neuchâtel via l'art urbain.

Ce dernier objectif est la partie artistique du travail, puisqu'il s'agit de proposer des idées de projets d'art urbain sur la base des inspirations d'un benchmark. Le but est de proposer des suggestions qui pourraient parfaitement s'inclure à la Ville, à son patrimoine, à sa culture et à l'existant. J'apporterai des idées qui sont évidemment envisageables, mais suffisamment attirantes pour que Neuchâtel puisse se démarquer et se différencier des autres villes de Suisse romande.

1.2. Méthodologie

Objectif 1 :

Pour répondre à ce premier objectif, il s'agit surtout de prendre contact avec des personnes clés. Obtenir des renseignements auprès du Département de la culture du Canton de Neuchâtel ou auprès de l'Office du tourisme peut se révéler très précieux afin de constituer un état des lieux et de comprendre les stratégies actuelles.

Objectif 2 :

Pour le deuxième objectif, j'ai choisi de réaliser une enquête qualitative pour connaître l'opinion des gens sur le sujet de l'art urbain en Ville de Neuchâtel. J'ai décidé de créer cette enquête via Google *Forms* pour que celle-ci soit accessible aisément depuis tablette, ordinateur et smartphone en cliquant sur un lien. L'analyse des résultats fera ressortir les tendances principales. Pour répondre à cet objectif, j'ai également pris l'initiative d'entreprendre une interview semi-directive avec un artiste de graffiti qui baigne dans ce domaine et qui a vécu l'explosion du *street art*.

Objectif 3 :

Pour ce dernier objectif, je vais m'inspirer de ce qui est en vigueur dans d'autres villes en Suisse ou ailleurs en réalisant un benchmark. La taille des villes desquelles je vais m'inspirer n'est pas importante, le but étant de trouver des bonnes idées qui pourraient être adaptées à Neuchâtel. Les propositions émises seront aussi basées sur les réponses obtenues dans le questionnaire et en fonction de l'état des lieux réalisé.

1.3. Problématique

Le tourisme urbain a ces temps-ci beaucoup de succès et, donc, la concurrence est rude. Les villes ne possèdent malheureusement pas toutes des USP (*unique selling proposition*) qui leurs permettent de se différencier. En Suisse romande, il y a de nombreuses « petites villes » et elles sont en compétition permanente pour attirer des habitants, des touristes, des investisseurs ou des entreprises. C'est pourquoi, les villes sont obligées d'avoir recours à leur

imagination pour se différencier les unes des autres et la mise en valeur du patrimoine, du bâti et des espaces publics, peut être l'un de ces moyens.

Neuchâtel est en concurrence directe avec Bienne, Yverdon et Lausanne qui est une plus grande ville, mais dont l'offre est en plusieurs points semblable. La Ville de Neuchâtel est en train de repenser son territoire et son urbanisme. C'est le moment idéal afin de se positionner et d'envisager quels seront les projets futurs. Néanmoins, la situation financière de la Ville de Neuchâtel est délicate et, donc, les budgets sont serrés. Malgré cela, les pouvoirs politiques semblent ouverts à donner un second souffle à la ville, dans le but de repeupler le Canton, dynamiser le tourisme et faire implanter de nouvelles entreprises.

Neuchâtel est une très jolie ville au naturel, toutefois, elle doit trouver une façon d'apporter une vraie plus-value aux visiteurs même avec un budget restreint. Il faut chercher des solutions pour se distinguer des autres villes qui entourent Neuchâtel, telle est la problématique actuellement.

1.4. Définitions

« Le *street art* s'entend comme une pratique artistique en mutation et la question de ses définitions fait aujourd'hui débat parmi les chercheurs et les amateurs d'art ». (Kullmann, 2015, p. 4). Bien que les chercheurs, experts et amateurs n'arrivent pas à trouver de consensus sur une définition précise du *street art* et de l'art urbain, il existe tout de même des différences. Il y a plusieurs dénominations pour parler d'art urbain. Souvent nous entendons les termes d'art de rue, d'art public, de graffiti, de *tags* ou de *street art* en anglais. Cependant ces termes sont souvent mélangés et utilisés dans le mauvais contexte. Il convient donc d'expliquer chacun de ces termes et d'essayer de définir le plus précisément possible ce qu'est l'art urbain.

Tags

En français, cela signifie « étiquette », il s'agit de la forme la plus primitive de *street art* apparue aux États-Unis. Très populaire dans les années 60, les jeunes taguaient au stylo, au crayon, au marker ou autre, l'intérieur et l'extérieur des métros en apposant leur signature.

Les *tags* sont uniquement du lettrage et entre dans la catégorie du *style writing*. Selon le dictionnaire « Larousse », voici la définition du *tag* : « Graffiti tracé ou peint, caractérisé par un graphisme proche de l'écriture et constituant un signe de reconnaissance ».

Graffiti

Le graffiti correspond à l'évolution du *tag*, toujours en lettrage, c'est un dessin plus complexe et détaillé peint avec de la peinture en bombe. Le graphisme change pour un genre plus volumineux sur des surfaces plus grandes. Le graffiti est également classé dans la catégorie du *style writing*. Cependant, dans l'histoire de l'art, le graffiti n'est pas récent. En effet, nous avons retrouvé des fresques à Pompéi datant de l'Antiquité que les chercheurs classent aussi de graffiti par rapport à l'origine du mot. Selon Wikipédia (s.d.), voici l'étymologie du mot graffiti : « Vient de l'italien, dérivé de *graphio*, en latin *graphium* (éraflure) et tire son étymologie du grec *graphein*, qui signifie écrire, dessiner ou peindre. »

Street art

Signifie art de rue en français, le *street art* est souvent qualifié de post-graffiti ou de néo-graffiti à cause de la diversification des techniques utilisées pour créer. Le *street art* englobe toutes formes d'art exécutées à l'extérieur dans les espaces publics que ce soit légal ou non. L'art de la rue se hisse aujourd'hui dans les galeries d'art, les ventes aux enchères et marche main dans la main avec l'art contemporain. Selon le site web « le-street-art.com » les artistes pratiquant le *street art* souhaitent garder leurs œuvres non-affiliées, et donc exécutent leur art sans approbations officielles. Le *street* artiste John Fekner définit le street art comme suit : « tout art dans la rue qui n'est pas du graffiti ».

L'article « Qu'est-ce que le *street art* ? Essai et discussion des définitions », nous donne également une définition de Peter Bengsten, mais qui ne peut être définitive : « Le *street art* consiste en des images auto-autorisées, personnages et formes créés ou appliqués aux surfaces de l'espace urbain, qui cherchent à communiquer avec un vaste public. Le *street art* est réalisé d'une façon performative et *in situ* (site-spécifique), éphémère et participative. Dans la plupart des cas, elle est vue sur internet. Elle diffère des graffitis et du *Public art* ». (Ulrich Blanché, 2015)

L'art urbain

Également nommé art public ou art urbain contemporain (*Urban art / Public art* en anglais), la différence avec le *street art*, c'est que l'art urbain n'est pas illégal. En effet, cette nouvelle appellation est née d'une volonté de la part des pouvoirs publics d'investir dans des projets artistiques urbains, visant la régénération urbaine et la promotion de leurs villes. L'art urbain peut être défini comme du *street art* institutionnalisé. Les villes font appel à des artistes pour créer des projets temporaires ou permanents contre rémunération. « Le *street art* d'origine est mort. De ses cendres naît un art urbain contemporain qui cristallise une nouvelle urbanité, une mutation de société ». (Vincent Kozsilovics, 2014)

Toujours selon l'article « Qu'est-ce que le *street art* ? Essai et discussion des définitions », « L'art urbain est une forme souvent pratiquée par des *street* artistes pour gagner leur vie. Fréquemment, ils emploient des motifs ou des techniques tirés de leurs œuvres de *street art*, sans l'illégalité ou l'auto-autorisation et souvent sans l'aspect du *site-specificity* ». (Ulrich Blanché, 2015)

1.5. Les différentes méthodes et techniques

Cette étape consiste à réaliser un tour d'horizon des méthodes et techniques qui sont fréquemment utilisées dans l'art urbain. L'entièreté des espaces publics étant un immense terrain de jeu, susceptible d'être artistiquement modifié, l'art urbain est un exercice très hétérogène qui ne cesse d'évoluer. Les méthodes citées ci-dessous sont les principales et les plus populaires. Parfois, les techniques peuvent être combinées, par exemple, la construction d'une galerie d'art extérieure qui serait donc, une installation, dans laquelle, les visiteurs auraient l'occasion de découvrir des artistes exerçant du graffiti ou de la sculpture. Il n'y a pas réellement de limite, l'art urbain est polymorphe. Néanmoins, c'est intéressant de présenter ces différentes techniques, afin de démontrer l'étendue de ce qu'est l'art urbain et les nombreuses possibilités qui s'offrent aux villes qui souhaiteraient mettre en place ce type de projet.

- **Le graffiti**

Cette technique de peinture à la bombe aérosol est encore utilisée, mais d'une manière plus sophistiquée qu'auparavant. Les artistes exercent généralement sur de grandes surfaces, pour aboutir à des fresques murales. Les représentations sont très diverses, le graffiti est de plus en plus apprécié pour donner vie à des façades, voire des sols.

- **Le pochoir**

Aussi appelé stencil ; l'artiste découpe une forme tirée d'une photographie dans un matériau rigide comme du plastique ou du carton, puis le décalque sur une surface avec de la peinture en bombe ou autre. Le pochoir a pour avantage d'être rapide à réaliser, sans grande maîtrise technique.

- **Les stickers**

En français « autocollant », ils peuvent prendre la forme de message ou d'image et peuvent être collés au sol ou sur un mur par exemple. Les *stickers* ont l'avantage de ne pas abîmer la surface en-dessous et d'être retirable aisément.

- **Les installations**

Les objets et installations en trois dimensions sont de plus en plus courants, car c'est un moyen de modifier l'aménagement et la perception de l'espace. Les installations peuvent être temporaires ou permanentes, surélevées ou au sol, déplaçables ou non. La conception peut être plus traditionnelle en relation avec la ville, au contraire dans un style contemporain et décalé, ou encore utilisant la technologie. Les matériaux utilisés sont propres à l'artiste, il peut s'agir de bois, de tissus ou encore de fibres optiques.

- **Le Yarn Bombing**

Il s'agit de l'art de tricoter le mobilier urbain, les arbres et les statues publiques. Les artistes pratiquant cet art ont pour but d'ajouter de la couleur et donner un côté chaleureux aux objets urbains du quotidien.

- **Le Tape art**

« Art du ruban » en français, cela consiste à décorer différents supports (souvent des lampadaires) à l'aide de rubans adhésifs opaques ou transparents pour représenter quelque chose de définissable ou d'abstrait.

- **L'animation**

Utilise la technologie pour diffuser des images ou des films à l'extérieur sur des supports peu conventionnels comme des façades de bâtiments, des toits ou encore, des arbres. Ce type de représentation artistique n'est généralement visible qu'une fois la nuit tombée.

- **La mosaïque et le carrelage**

Les artistes utilisant ce type de techniques installent leurs œuvres dans des lieux bien réfléchis au préalable, souvent sur des murs à l'extérieur à trois ou quatre mètres du sol, afin que la création soit bien visible par le public. Parfois les mosaïstes prennent plus de risques pour aller dans des endroits difficiles d'accès. Les thèmes sont très divers et les œuvres peuvent être relativement petites ou plus imposantes.

- **La peinture**

La peinture reste l'un des moyens d'expression le plus commun et les fresques murales fleurissent dans les villes. Les artistes urbains sont capables de mélanger différents styles : l'abstrait, le *pop-art*, le trompe l'œil, l'impressionnisme, l'hyperréalisme, le figuratif, l'expressionnisme, le cubisme, etc. Ces différentes techniques de peinture peuvent être mêlées à du pochoir, du graffiti, du *sticker* ou autre. Là encore, il n'existe pas de limite à l'imagination d'un artiste.

- **La sculpture**

Tout comme les installations, les sculptures sont placées dans l'environnement urbain afin de modifier la perception d'un espace. Les sculptures sont généralement conçues avec des matières solides qui supportent les dégradations des intempéries. Les sculptures, sont l'un des moyens les plus commun pour apporter une touche artistique aux villes.

- **Les performances de rue**

Le théâtre et le spectacle de rue entrent aussi dans la catégorie d'art urbain, car il s'agit bien d'une activité artistique qui s'exerce dans les rues et les espaces publics.

- **L'affiche**

C'est une vieille technique qui permet d'exprimer toute une créativité, mais ce fut auparavant également un outil de propagande et aujourd'hui, l'affiche est largement utilisée pour la publicité. Le graphisme est généralement réalisé au préalable via des programmes sur ordinateurs dédiés à cela. D'ordinaire, une fois le graphisme terminé, il est imprimé sur du papier grand format, puis, dans le cas de l'art urbain, affiché sur une surface dans la rue. Les avantages sont que les affiches sont imprimables à plusieurs exemplaires et facilement retirables contrairement à une fresque murale par exemple.

- **Le Land art**

C'est une technique qui utilise les matériaux de la nature comme le bois, la terre, le sable, l'herbe, la neige, etc. Le *Land art* est essentiellement exposé en plein air et il est destiné à disparaître. C'est donc un art éphémère, naturel et qui subit l'érosion naturelle.

1.6. Les supports

Il existe un éventail d'options pour les artistes exerçant leur art dans la rue. En effet, l'ensemble des éléments qui se trouvent dans les espaces publics sont susceptibles d'être transformés. Les objets, les bâtiments, le mobilier urbain devant lesquels nous passons sans nous y attarder chaque jour, sont très convoités par les artistes. Les supports sont séparables en deux catégories : les supports fixes et les supports mobiles.

Les supports fixes

Les supports qualifiés de fixes, sont ceux qui sont déjà existants dans l'espace urbain, non-déplaçables ou difficilement. Ils servent de supports de création ou s'approprient idéalement à recevoir une œuvre.

- Les murs et les façades sont des supports d'expression très populaire pour donner vie à un bâtiment, une rue ou un quartier.
- Le mobilier urbain : les bancs publics, les lampadaires, les poubelles, les bouches d'incendie, les potelets de villes, les grilles, les boîtes aux lettres publiques, etc.
- La chaussée : le sol est aussi un support intéressant pour les artistes, car il y a de l'espace pour utiliser différentes techniques. C'est de plus, le support idéal pour y apposer des sculptures ou des installations.
- Les tunnels, les sous-voies et les bouches de métro : ce sont des surfaces en général assez neutres dans lesquelles les possibilités de créer sont grandes.
- Les toits : Diverses techniques sont également imaginables comme la peinture, la mosaïque ou l'installation de sculpture.
- Les éléments naturels : les arbres, la pelouse, les lacs et tous les autres matériaux naturels, sont des supports utilisés notamment par les artistes de Land art.

Les supports mobiles

Entrent dans cette catégorie, les éléments publics qui se meuvent. Il s'agit essentiellement de transports publics, les wagons de train, les wagons de métro, les bus ou encore les trams. Il est envisageable que les pouvoirs publics mandatent des artistes afin de transformer ce type d'éléments mobiles.

Chapitre 2 : La Ville de Neuchâtel

Neuchâtel est une petite ville de Suisse romande, située idéalement au bord du lac éponyme. La Ville est peuplée d'environ 33'000 habitants et est le chef-lieu du Canton. Ville millénaire surplombée par un superbe château et une collégiale, une architecture qui lui est propre et un centre-ville entièrement adapté aux piétons, elle invite les visiteurs à prendre du bon temps. Lors de votre visite à Neuchâtel, vous aurez l'occasion de vous promener dans un entrelacement de petites ruelles et d'admirer les bâtisses en pierres d'Hauterive très élégantes.

Une visite de Neuchâtel ne peut s'achever sans flâner ou boire un café dans un des nombreux restaurants du quai Osterwald en observant les Alpes qui se dessinent au loin. Neuchâtel ne manque pas non plus d'activités culturelles pour animer votre journée. En effet, les visiteurs ont le choix entre cinq Musées : le Musée d'Ethnographie, le Musée d'Art & d'Histoire, le Musée d'Histoire naturelle, le Centre Dürrenmatt et un peu plus loin, à Hauterive, le Musée d'Archéologie (Laténium).

Les habitants ont la chance de vivre dans une Ville très complète culturellement. Il y a plusieurs cinémas, théâtres, expositions, festivals, mais aussi de nombreux magasins, restaurants et bars. De plus, l'accès facilité à la nature et à l'eau offre un large éventail d'activités sportives, ce qui est idéal pour les familles. Lors de la belle saison, Neuchâtel ne manque pas d'attractivité, avec notamment le festival de musique Festi'Neuch, le festival du film fantastique NIFFF, le festival de musique de rue Buskers et la traditionnelle Fête des Vendanges. Pour les plus fêtards, le Port de Neuchâtel situé au centre-ville s'anime avec plusieurs bars d'extérieurs durant la saison d'été.

Intellectuellement, la Ville se positionne en tant que pôle d'innovation. En effet, Microcity en collaboration avec l'EPFL travaillent main dans la main. Ils sont spécialisés dans la micro-nanotechnologie, la micro-fabrication et les processus d'industrialisation, visant à stimuler les projets d'innovations des entreprises voulant s'installer dans le canton et créer de la valeur ajoutée. Il y a également le CSEM qui a pour mission de soutenir l'innovation industrielle afin de rester à la pointe dans les domaines des micro-technologies. L'Université de Neuchâtel (UniNe) est également très importante, car elle comporte quatre campus et ne compte pas moins de 4'000 étudiants dont la moitié viennent d'autres cantons. Sans oublier la Haute École Arc (HE-Arc), créée en 2004, qui est située à proximité de la gare et le Centre professionnel du littoral neuchâtelois (CPLN) qui offre des formations dans plusieurs domaines spécifiques.

L'accessibilité, c'est aussi un point fort de la Ville de Neuchâtel. Sa position centrale permet d'accéder à plusieurs autres villes en moins d'une heure. En voiture, nous pouvons rejoindre Berne en 40 minutes, Bienne en 25 minutes, La Chaux-de-Fonds en 20 minutes, Yverdon en 25 minutes et Lausanne en 45 minutes. La gare de Neuchâtel se situe à 10 minutes à pied du centre et la cadence des trains pour voyager au sein du Canton et dans le reste de la Suisse

est très bien optimisée. La trafic interne de la ville est fluide et un réseau de bus et de trams bien pensé permet de se déplacer aisément dans la Ville et les villages adjacents aisément.

Neuchâtel est propice à tous les goûts et les envies. Elle est aussi bien Adaptée aux familles, aux amateurs de vins, aux grands sportifs, aux amoureux d'activités aquatiques, aux intellectuels, aux fêtards, aux flâneurs et aux curieux qui aiment faire les boutiques. Il y a également des circuits intéressants créés par l'Office du tourisme autour de l'histoire afin de se plonger dans un autre temps. Plus d'information à propos de ce sujet à la section 2.1.

2.1. Stratégies touristiques actuelles

La promotion du tourisme urbain de la Ville de Neuchâtel s'organise à plusieurs niveaux. Chez Suisse Tourisme, Neuchâtel a intégré la campagne « villes » dans laquelle l'aspect culturel est mis en valeur. Le pays de Neuchâtel fait également partie de l'association Jura & Trois Lacs (J3L) qui regroupe plusieurs destinations et, évidemment, le Canton de Neuchâtel possède son autopromotion sous la marque Tourisme neuchâtelois.

En ce qui concerne précisément la Ville de Neuchâtel, d'après les informations que j'ai obtenues de la part de l'Office du tourisme et mes recherches personnelles, les stratégies sont orientées vers la culture. En effet depuis 2016, la ville a rendu disponible une nouvelle expérience « Neuchâtel à la Belle Époque » qui plonge les visiteurs dans les vestiges du passé. Cette expérience qui remonte le temps, amène les participants au début du 20^{ème} siècle, lorsque l'industrie battait son plein et que les progrès techniques et industriels ne cessaient de s'accumuler à Neuchâtel. Les visiteurs auront l'occasion de découvrir comment vivaient les neuchâtelois à cette époque de trois manières.

La première option est en groupe, accompagné d'un guide pour profiter d'un parcours interactif qui éveille les cinq sens. Animation sonore et visuelle, dégustation de chocolat et d'absinthe ainsi que des initiations à des jeux d'époque sont au programme. La deuxième option, plus économique, qui s'offre aux visiteurs, c'est le jeu de piste autoguidé « Les chenapans ». Repensé en 2019, les participants sont amenés à explorer la Ville à la recherche de fresques murales et décorations qui sont inspirées du thème de la Belle époque. Le

parcours réserve des surprises aux visiteurs et les plus rusés d'entre eux auront même accès à un trésor final. En définitive, la troisième option pour se plonger dans l'ambiance de la Belle Époque, est une croisière à bord du « Neuchâtel », qui est un bateau à vapeur emblématique du 20^{ème} siècle. L'expérience à bord est optimisée grâce à une application numérique qui permet de chercher un romantique de la Belle Époque. Ce positionnement clair sur des produits culturels articulés autour du thème de la Belle Époque a permis à la Ville d'augmenter son nombre de visites guidées par années et de drainer un nombre important de classes et de familles pour le jeu de piste « Chenapans ».

Un autre produit développé par Tourisme neuchâtelois, visant à mettre en avant l'offre culturelle de l'ensemble du Canton de Neuchâtel, c'est la Neuchâtel *Tourist Card*. C'est un produit unique en Suisse, il permet à chaque visiteur séjournant au minimum une nuit dans le canton en établissement hôtelier ou parahôtelier de bénéficier gratuitement :

- D'un accès aux transports publics neuchâtelois (trains, funiculaire, bus)
- D'une entrée dans 25 musées du Canton
- D'une croisière sur le lac de Neuchâtel
- D'une location journalière d'un vélo à Neuchâtel, La Chaux-de-Fonds ou au Locle
- D'une course en télésiège Buttes-La Robella

Une seule carte est émise par client, elle est nominative et c'est l'hébergeur qui les distribue. C'est un produit qui cartonne et c'est un bon exemple d'utilisation de la culture au sens large comme outil de promotion touristique.

2.2. Le tourisme neuchâtelois en 2018

La promotion du Canton de Neuchâtel s'organise au niveau de Tourisme neuchâtelois et de l'association Jura & Trois-Lacs. Tourisme neuchâtelois est impliqué directement dans le rôle de gestion, d'information et d'assistance des touristes, tandis que J3L les appuie dans le marketing, la promotion et le développement des nouvelles offres. La région de Neuchâtel est divisée en quatre parties : le littoral neuchâtelois, les montagnes neuchâteloises, le Val-de-Travers et le Val-de-Ruz.

Selon le rapport d'activité 2018 de Tourisme neuchâtelois (2018, p. 5-6), l'effet du franc fort se fait toujours ressentir et les statistiques restent stables par rapport à l'an dernier. En 2018, 227'000 nuitées ont été enregistrées dans le canton, sans compter les nuitées Airbnb en augmentation, mais qui n'apparaissent pas dans la statistique.

Les faits marquants de 2018

Tout d'abord au Locle, l'organisme touristique neuchâtelois et la manufacture de montres Zenith, ont collaboré, afin d'ouvrir au public les portes de la manufacture. Les visiteurs sont invités à découvrir le cœur de la production et l'univers d'un savoir-faire unique. « Ce nouveau produit est l'aboutissement d'un travail intensif initié par Tourisme neuchâtelois visant à développer l'offre horlogère destinée à combler les attentes de visiteurs en recherche d'expériences immersives uniques ». (Tourisme neuchâtelois, 2018, p. 6).

Ensuite, dans la lignée des activités « Neuchâtel à la Belle Époque », la Ville a fait l'acquisition en 2018, d'un train touristique électrique décoré façon Belle Époque. Le train permet aux visiteurs de découvrir la Ville et de bénéficier de commentaires et d'anecdotes liés au thème. (Tourisme neuchâtelois, 2018, p. 6).

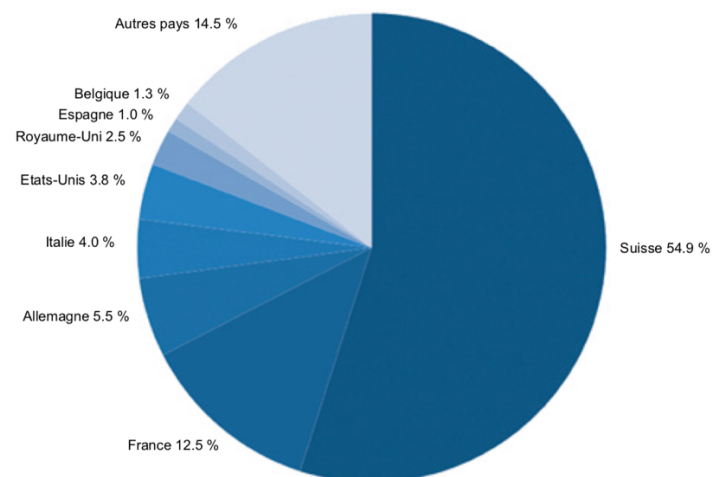
Comme précisé dans la partie 2.1., le Canton a également développé en 2018 la NTC (Neuchâtel *Tourist Card*). Celle-ci donne accès gratuitement aux transports du Canton, à une trentaine de Musées, à une croisière et à la location de vélos, à condition de passer au minimum une nuit dans le Canton. (Tourisme neuchâtelois, 2018, p. 7).

D'autre part, l'offre culturelle attire toujours les foules, par l'exposition temporaire « Pôle, feu la glace » au Musée d'histoire naturelle, le Laténium qui a reçu la médaille de la médiation archéologique, le NIFFF qui s'est étendu jusqu'à la place des Halles, les œuvres de Davide Rivalta et la Biennale du patrimoine horloger, sont tant d'éléments qui ont animé la culture neuchâteloise en 2018. (Tourisme neuchâtelois, 2018, p. 7).

Provenance des touristes

Plus de la moitié des touristes qui séjournent dans le Canton sont suisses à 54,9%. Au deuxième rang, les Français à 12,5% et en troisième position les Allemands à 5,5%. En ce qui concerne le séjour moyen, il est de 1,7 jours. (Tourisme neuchâtelois, 2018, p. 19)

Figure 1 : Provenance des touristes



Source : Tourisme neuchâtelois (2018)

Financement

Les recettes proviennent de trois pôles différents : les recettes institutionnelles, les recettes des prestations touristiques et les recettes diverses. Les recettes totales s'élèvent à CHF 4'300'553.- en 2018. (Tourisme neuchâtelois, 2018, p. 10).

Les recettes institutionnelles représentent 75,2% et proviennent des redevances sur les établissements publics, des communes, des taxes de séjour et des membres. Les recettes des prestations touristiques correspondent à la vente de produits *merchandising* – boutiques, aux visites de villes et animations, aux trains touristiques, à la centrale de réservation « TOMAS » et aux autres prestations de service. Les recettes diverses quant à elles, comprennent des indemnités diverses, des produits des placements et la dissolution du projet « Horlogerie ». (Tourisme neuchâtelois, 2018, p. 10).

Budget

En 2019, la Ville de Neuchâtel accordait un budget de CHF 1'072'900.- au tourisme (Ville de Neuchâtel, 2018, p. 160). Pour l'année 2020, la Ville prévoit un budget moindre de CHF 1'040'900 (Ville de Neuchâtel, 2019, p. 166)

2.3. État des lieux

Dans cette partie du travail, il s'agit d'identifier les projets d'art urbain qui sont actuellement présents dans la Ville de Neuchâtel ou qui furent un temps installés, mais qui par leur caractère éphémère, ne s'y trouvent plus. Je vais détailler de quels types de projets il s'agit, dans quels endroits de la Ville ils se trouvent, quels artistes en sont les créateurs et quand ces projets sont nés. Je n'ai malheureusement pas pu obtenir un état des lieux précis et complet de la part de la Ville de ce qui est existant. Pour cette raison, ma liste est possiblement incomplète.

Tableau 1 : État des lieux

Art urbain existant	Artistes	Lieux	Année
Le banc géant ^a	Lilian Bourgeat ^a	Quai Osterwald ^a	2011 ^a
Les animaux sculptés en bronze ^b	Davide Rivalta ^b	Les animaux sont éparpillés dans le centre-ville ^b	2018 ^b
Fresque murale de 240 mètres carrés ^c	Kesh, Wilo et Mandril ^c	Rue du Neubourg ^c	2017 ^c
Fresque murale ^d	Kesh et Wilo ^d	Passage des Moulins ^d	2016 ^d
Les 18 fresques murales « Belle Époque » ^e	Artistes divers ^e	Les fresques sur le thème de la Belle Époque sont disséminées dans le centre-ville ^e	2017 ^e
Personnages de la Belle Époque sculptés en bronze ^f	Tan Chen ^f	Quai Osterwald ^f	2017 ^f
Fresque au sol ^g	Kesh et Wilo ^g	Rue des Chavannes ^g	2018 ^g

Décoration urbaine : linges suspendus ^h	Association du quartier ^h	Rue des Chavannes ^h	2019 ^h
Le Buskers Festival, qui met à l'honneur les arts de rue chaque année au mois d'août ⁱ	Artistes divers ⁱ	Rue piétonne de Neuchâtel ⁱ	Chaque année depuis 30 ans ⁱ
Installation d'un œuf géant sur la tour de Diesse « Drôle d'oiseau » ^j	Mandril ^j	Rue du Château ^j	2019 ^j
Les sculptures en forme d'horloges « DingDong » ^k	Denis Roueche ^k	Elles ont été disposées dans une trentaine d'emplacements du centre-ville ^k	2019 ^k
Installations temporaires : détournement d'objets usuels tels que des palettes CFF ou des arceaux de serres pour réaliser des structures en végétation ^l	Le service des Parcs ^l	Rue du Seyon ^l	2019 ^l

Source : tableau de l'auteure provenant de sources multiples

Il y a d'autres installations et sculptures qui avaient été créées à l'occasion de l'Expo 02 et également en 2011 à l'occasion du Millénaire de la Ville de Neuchâtel. Simplement, ces installations urbaines ne figurent pas dans le tableau car elles ont été exposées il y a trop longtemps. Les installations temporaires de la rue du Seyon et les sculptures « DingDong » figurent tout de même dans le tableau, bien qu'elles n'aient été exposées que durant l'été 2019. Malgré le fait que mon tableau soit possiblement incomplet, j'ai cité les projets les plus importants mis en place par la Ville. Certaines œuvres, comme la fresque au sol ou le linge suspendu à la rue des Chavannes, sont périodiquement renouvelées pour faire peau neuve et laisser place à des projets différents.

Dans l'ensemble, on peut constater, que Neuchâtel est encore un peu timide en ce qui concerne les projets artistiques urbains. Cependant, on peut remarquer que ces dernières années, des efforts ont été fournis, afin d'amener une nouvelle dynamique au sein de la Ville.

A priori, les autorités se concentrent actuellement sur la mise en valeur du centre-ville, plus précisément de la zone piétonne, du quai Osterwald et du port de la Ville, comme en témoignent les lieux dans lesquels les œuvres sont installées. Globalement, les œuvres ne sont pas encore véritablement diversifiées. Actuellement, il y a beaucoup de fresques murales, un peu de sculptures et quelques installations. Quant aux artistes, la ville mandate tant que possible des personnes de la région, comme Kesh, Wilo, Mandril, Tan Chen ou Denis Roueche. Il y a donc un potentiel pour proposer des œuvres plus innovantes, originales et diversifiées aux visiteurs. L'exposition extérieure de Davide Rivalta « Témoins à charge » qui a eu lieu en 2018, a suscité un grand intérêt, les habitants et les visiteurs ont été séduits par les animaux en bronze disséminés dans la Ville qui apportaient une nouvelle dimension au centre de Neuchâtel. L'exposition fut un tel succès, que la Ville a décidé d'acheter le rhinocéros, trois loups, un agneau et trois bufflonnes. Cet achat a été possible grâce à un don anonyme de 185'000 francs, de la part d'une dame enchantée par ces œuvres et d'un financement participatif de plus de 200 contributeurs. (Gloor, L. & Henguely, M., 2019).

En ce qui concerne le budget de la Ville alloué à la culture et l'intégration, il se montait à CHF 31'730'600.- en 2019 (Ville de Neuchâtel, 2018, p. 129). Pour 2020, il a été un peu revu à la baisse et se monte à CHF 30'835'600.- (Ville de Neuchâtel, 2019, p. 135), soit une baisse de CHF 895'000.-.

^a Weber (2015)

^b Ville de Neuchâtel (s.d.)

^c Hofer (2017)

^d L.G.L (2016)

^e M.W.I. (2017)

^f Canal Alpha (2016)

^g Huguelet (2018)

^h L.G.L. (2019)

ⁱ RTN (2019)

^j Ville de Neuchâtel (s.d.)

^k Ville de Neuchâtel (s.d.)

^l Ville de Neuchâtel (s.d.)

2.3.1. Synthèse des supports et techniques utilisées à Neuchâtel

Pour réaliser cette synthèse, je me réfère, au tableau de l'état des lieux. Il s'agit ici de résumer par quelles techniques et sur quels supports les œuvres actuellement présentes dans la Ville ont été réalisées. Tout d'abord, en ce qui concerne les techniques, on peut constater que des œuvres réalisées en peinture ou à la bombe ont été mandatées à plusieurs reprises. En 2016 d'abord, Kesh et Wilo ont été contactés pour mettre en valeur le passage des Moulins, puis en 2017, les mêmes artistes plus Mandril ont à nouveau été mandatés pour confectionner une fresque encore plus imposante à la rue du Neubourg. La même année, 18 autres fresques ont été peintes pour le jeu de piste « Les Chenapans ». Toujours en peinture, la rue des Chavannes qui est une petite ruelle du centre-ville avec une pente aiguë, est régulièrement repeinte au sol depuis de nombreuses années. La dernière rénovation a eu lieu en 2018.

La Ville a également misé sur des sculptures jusqu'à présent. Premièrement, il y a le banc géant créé par un artiste français, spécialisé dans le surdimensionnement d'objet. Le banc avait été installé à Neuchâtel à l'occasion du Millénaire de la ville en 2011. Deuxièmement, à l'occasion du lancement de l'expérience « Belle Époque », deux statues en bronze se sont installées en 2017. Ensuite, l'année d'après, Neuchâtel recevait l'exposition extérieure « Témoins à charge » d'où l'installation des animaux en bronze par l'artiste Davide Rivalta. Ces sculptures avaient suscité tellement d'intérêt auprès de la population, que certaines ont pu être rachetées grâce à la mobilisation de plusieurs habitants et un don anonyme important. Enfin, parmi les sculptures, il y a eu de la nouveauté durant l'été 2019, puisqu'à l'occasion du 40^{ème} anniversaire de la zone piétonne, un œuf surdimensionné a été installé au sommet de la tour de Diesse. À cette occasion, une trentaine de sculptures en horloge ont également trouvé leurs places pendant la belle saison.

Dans la catégorie des installations / décorations urbaines, il y avait un air du sudiste cet été à la rue des Chavannes. Les passants n'avaient qu'à lever les yeux au ciel pour apercevoir du linge suspendu aux fenêtres, tout au long de la ruelle. En 2017, dans le même genre, il s'agissait de parapluies multicolores qui lévitaient dans cette même rue. Cet été 2019, encore dans le but de fêter la zone piétonne, des installations conçues avec des palettes CFF, des arceaux de serre et de la végétation avaient été installées le long de la rue du Seyon.

On peut dès lors remarquer qu'il n'y a pas encore une grande diversification et innovation parmi les œuvres urbaines présentes actuellement dans la Ville. Il est vrai que les fresques murales peuvent donner vie à un quartier ou révéler un bâtiment. Cependant, de nombreuses villes en possèdent. Des projets comme les animaux en bronze grandeur nature de Davide Rivalta, sont certes plus onéreux si l'on veut les acquérir, mais cela donne une atmosphère unique et a une portée en dehors des frontières cantonales.

Les supports utilisés à Neuchâtel pour accueillir les œuvres sont uniquement des supports fixes déjà existants. On peut constater que les façades des bâtiments ont été relativement beaucoup sollicités pour les fresques murales. Le sol est un élément également utilisé à la rue des Chavannes et ailleurs dans la Ville, notamment pour accueillir les diverses sculptures. La toiture de la tour de Diesse a aussi été mise en avant lors de l'installation de l'œuf.

2.3.2. Localisation dans la Ville

Les œuvres urbaines sont toutes concentrées dans le centre-ville de Neuchâtel. On peut aisément trouver des fresques murales en se promenant dans les ruelles piétonnes de la Ville. Les sculptures sont également situées dans le centre, à la place Pury, ainsi qu'au bord du lac sur le quai Osterwald.

Figure 2 : Localisation des œuvres urbaines dans Neuchâtel



Source : Google map (2019)

2.3.3. Les lieux qui pourraient être privilégiés pour les projets futurs

Afin de continuer sur une dynamique de mettre en valeur Neuchâtel par de l'art urbain, il serait intéressant de poursuivre l'installation d'œuvres dans le centre-ville ou à proximité. En effet, Neuchâtel possède le plus vaste espace piéton de Suisse. Les nombreuses petites ruelles piétonnes entrelacées offrent un beau terrain de jeu pour imaginer des projets originaux, que les visiteurs pourront découvrir lors de leur promenade. Il y a également plusieurs endroits clés qui méritent une attention particulière, comme la place des Halles, l'esplanade du Mont-Blanc, la cour côté lac de l'École Supérieure du Numa-Droz, la digue portuaire, la place du Port, plus à l'est, la place des Jeunes Rives et la place de la Maladière. Ces lieux cités sont emblématiques, ils sont facilement accessibles à pied et surtout, les surfaces sont nues d'art. On peut imaginer toutes sortes d'œuvres, temporaires ou non selon les saisons, afin de créer des ambiances et donner l'occasion aux gens de se balader et d'observer la spatialité de ces lieux dont la Ville prend soin.

2.4. Analyse SWOT de la Ville de Neuchâtel

Tableau 2 : Analyse SWOT

FORCES	FAIBLESSES
- Position géographique idéale entre le canton de Vaud, de Berne, du Jura, de Fribourg, à proximité de la France et au cœur d'une région berceau de l'horlogerie et de l'absinthe - Héritage architectural spécifique - Patrimoine horloger et savoir-faire - L'attractivité du lac - La diversité d'activités possibles - La sécurité - La propreté - La facilité d'accès - Les écoles supérieures	- Impôts élevés - Diminution de la population - Manque d'harmonie dans le développement entre le « haut et le bas » - Régionalisme exacerbé - Image du Canton et de la Ville dégradée - Peu de budget pour les nouveaux projets, surtout culturels - Manque de lits hôteliers et parahôteliers - Peu de projets artistiques publics, par rapport à d'autres villes Suisses

- L'animation culturelle (festivals, fêtes traditionnelles) - La zone piétonne - Nature et paysages - Présence d'entreprises internationales - Pôle d'innovation	(Genève, Lausanne, Vevey, Berne, etc.) - Manque de structures pouvant accueillir des congrès et séminaires
OPPORTUNITÉS - Créer une unification dans le Canton - Faire connaître Neuchâtel au-delà de nos frontières, intensifier la promotion - Améliorer la mobilité au sein du canton - Développer l'offre pour le tourisme urbain et d'affaire - Créer une cible autour du <i>slow tourism</i> - Orientation vers un tourisme d'expérience - Exploiter davantage les points forts de la ville comme le lac, l'urbanisme ou l'architecture - Mettre en valeur le savoir-faire - Renforcer les activités autour de la Belle Époque. - Dynamiser le secteur de l'hébergement	MENACES - Compétitivité des offres concurrentes nationales et internationales - Exode du savoir-faire - Exode des habitants - Perte de dynamique et risque d'avoir un retard en matière d'art urbain par rapport à d'autres villes. - Manque d'implication des pouvoirs publics - L'inflation des prix et perte du pouvoir d'achat - Diminution des durées de séjours - Subsistance du franc fort - Difficultés économiques de l'État

Source : données de l'auteure

Forces

Neuchâtel jouit d'une position géographique idéale. Située à proximité du canton de Berne, du Canton de Vaud, du Canton du Jura, ainsi que du Canton de Fribourg, la Ville de Neuchâtel est également non loin de la frontière française. Le lac, la nature environnante, la zone piétonne, l'architecture et le savoir-faire horloger, font de Neuchâtel les principaux atouts. La ville possède également des établissements de hauts niveaux d'instructions, l'UniNE et la HE-Arc et des entreprises de portées internationales comme Philip Morris. De plus, depuis quelques années, la Ville attire des entreprises engagées dans le domaine de l'innovation et de la haute technologie. Malgré les nombreuses animations estivales, Neuchâtel est une ville sûre, dans laquelle on se sent en sécurité.

Faiblesses

En revanche, l'image de la Ville est quelque peu dégradée, notamment à cause des impôts élevés et des comptes négatifs de l'État. Cette situation économique est en défaveur de la Ville, car elle devient trop chère pour les habitants et les entreprises qui préfèrent s'installer dans un canton voisin. Évidemment, dans cette perspective, les budgets sont revus à la baisse et les projets de nature artistique ne sont pas une priorité. Il y a également un problème d'unité dans le Canton. En effet, suite à la crise horlogère, une sorte de compétition s'est créée entre le haut (La Chaux-de-Fonds) et le bas (Neuchâtel), qui souhaitent toutes deux, conserver leurs infrastructures. Au niveau touristique, selon la FST, le canton de Neuchâtel offre 1'933 lits, ce qui est relativement peu par rapports aux autres cantons. (Fédération suisse du tourisme, 2019, p. 19). Il y a également un manque d'infrastructures visant à accueillir des congrès et des séminaires.

Opportunités

Une meilleure unité dans le canton permettrait de développer des stratégies plus harmonisées et d'améliorer la mobilité à l'intérieur du canton. La mode autour du tourisme lent, du tourisme d'expérience et du tourisme urbain est une occasion pour la Ville de Neuchâtel de se positionner sur ces types de tourisme. Afin d'attirer ce genre de touristes, la Ville à l'opportunité de miser sur ses points forts qui sont, les paysages, l'histoire, le patrimoine et le savoir-faire pour créer de nouvelles offres basées sur l'expérience ou étoffer les offres existantes. Dans le but de rester compétitif, la Ville possède un large éventail de possibilités pour dynamiser le secteur de l'hébergement et ajouter des lits. Il y a notamment la possibilité de développer les formes d'hébergements atypiques. L'engagement d'un délégué à la conciliation par l'État devrait normalement aider à renforcer le marketing territorial en Suisse et à l'étranger.

Menaces

Si le Canton ne réussit pas à se redresser, il y a le risque que la population diminue encore et, donc, d'un exode du savoir-faire. Une autre problématique, c'est la concurrence accrue entre les villes, qui les poussent à se différencier et à être imaginatives. Si la Ville n'entreprend pas ce qu'il faut, elle risque également, à un moment donné, de se faire dépasser et d'être en retard par rapport à d'autres villes. La persistance du franc fort n'aide pas, et pour cause, la

durée des séjours moyens diminue. Il faut également envisager une éventuelle inflation et une perte de pouvoir d'achat, qui agirait négativement sur le tourisme.

Chapitre 3 : Enquête qualitative

Afin de connaître l'avis de la société en ce qui concerne la mise en valeur de Neuchâtel par l'art urbain, j'ai décidé de créer une enquête de type qualitative en ligne. Le questionnaire contient 13 questions et il est totalement anonyme. Il y a plusieurs types de questions, trois d'entre-elles sont à choix multiples, huit questions fermées et deux questions à textes libres.

De manière générale, mon enquête est constituée de trois parties. La première partie se concentre sur des questions qui concernent la Ville de Neuchâtel, dans l'intention de savoir si les répondants connaissent la Ville et si oui, ce qu'ils en pensent. La deuxième partie est focalisée sur des questions en rapport avec l'art urbain. Finalement, la troisième partie pose des questions en rapport avec le profil des intervenants, pour en savoir plus sur leur lieu de résidence, leur âge, leur profession, etc.

L'enquête a été réalisée via la plateforme Google *Forms*. C'est un éditeur de formulaire qui fait partie de Google G Suite, il est possible d'éditer plusieurs types de questions. C'est un outil gratuit si l'on crée un compte Google. Les avantages d'utiliser cette plateforme :

- Facilité d'utilisation, rapidité de création et de lancement de l'enquête
- Distribution aisée par email, par message et sur les réseaux sociaux
- Réponses collectées disponibles en temps réel
- Compatibilité avec toutes les marques de PC
- Gratuit
- Analyse intéressante sous forme de graphiques
- Accessibilité en ligne sur smartphone, tablette ou ordinateur via un URL spécifique
- Nombreuses possibilités pour créer des questions
- Design de l'enquête personnalisable
- Possibilité d'ajouter des images et vidéos
- Modification du formulaire en tout temps

3.1. Transmission de l'enquête

Pour chaque formulaire Google *Forms* créé, un lien hypertexte spécifique au formulaire est généré. Les utilisateurs ont la possibilité d'envoyer leur formulaire par email directement depuis la plateforme. Personnellement, une fois que mon enquête était finalisée, je l'ai tout d'abord envoyée à une partie de mes contacts par Whatsapp. Dans un deuxième temps, j'ai partagé le lien sur mon compte Facebook et mon compte LinkedIn. Pour répondre à l'enquête c'est très simple, les répondants ont uniquement à cliquer sur le lien. Cette façon de procéder était vraiment efficace pour moi, car je me trouvais à l'étranger pour mon stage au moment de la création de l'enquête.

3.2. Public-cible

Mon public-cible pour cette enquête, ce sont les hommes et les femmes qui parlent français et qui habitent en Suisse ou proche de la frontière Suisse. Concernant l'âge, l'échelle est large, allant de moins de 25 ans à plus de 65 ans. Le public-cible que je voulais toucher avec cette enquête est volontairement étiré, car au travers de ces questions, mon objectif était de savoir si les gens seraient prêts à venir plus volontiers à Neuchâtel, si des projets d'art urbain étaient mis en place. Je souhaitais également savoir quels types d'art urbain les gens apprécient et, puisque c'est un art qui est public, je souhaitais avoir l'avis de différentes couches de la population. Somme toute, mon questionnaire n'a pas été traduit en anglais ou en allemand. C'est pourquoi, seulement les personnes parlant le français pouvaient y répondre.

3.3 Profils des répondants

Cette première partie de présentation des résultats est dédiée au profil des répondants. En effet, bien que mon enquête soit anonyme, j'ai inclus cinq questions pertinentes afin d'en savoir plus sur les personnes qui ont bien voulu répondre. Ces questions nous informent quant au sexe des répondants, l'environnement dans lequel ils habitent, la tranche d'âge dans

laquelle ils se situent, leur code postal et finalement, leur statut professionnel. Le questionnaire a été mis en ligne le 19 septembre 2019 jusqu'au 14 octobre 2019, soit une durée de 20 jours. En ce laps de temps, j'ai recueilli 101 réponses. L'ensemble de l'enquête est disponible à l'annexe I.

Provenance des répondants

Ce premier tableau nous montre de quels coins viennent les personnes ayant répondu à mon questionnaire. On peut tout d'abord constater que les répondants proviennent de huit Cantons différents et une personne d'un pays voisin, la France. En tête, quatre Cantons romands ; Neuchâtel en majorité avec 48,51% de répondants, suivi du Canton de Vaud à 25,74%, puis le Canton de Fribourg et du Valais à égalité avec un taux de 8% de répondants. Ces résultats peuvent s'expliquer par le fait que le questionnaire était disponible exclusivement en français. En globalité, il est intéressant de voir que plus de la moitié des répondants proviennent d'autres Cantons que celui de Neuchâtel.

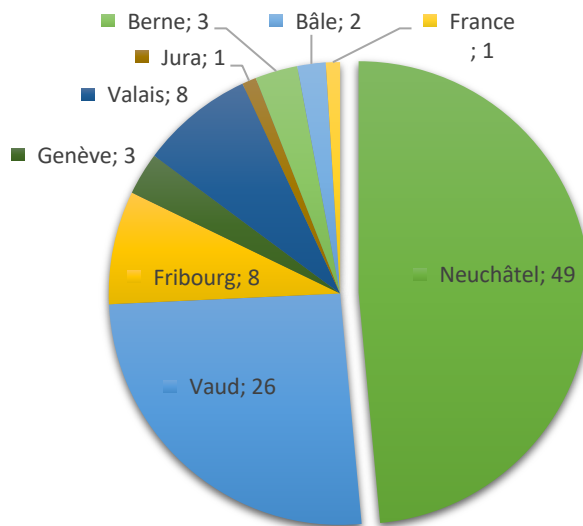
Tableau 3 : provenance des répondants

Provenance	Nombre de répondants	Pourcentage arrondi à deux décimales
Canton de Neuchâtel	49	48,51%
Canton de Vaud	26	25,74%
Canton de Fribourg	8	7,92%
Canton du Valais	8	7,92%
Canton de Genève	3	2,97%
Canton de Berne	3	2,97%
Canton de Bâle	2	1,98%
Canton du Jura	1	0,99%
France	1	0,99%
Total	101	100%

Source : données de l'auteure

Ci-dessous, le graphique en secteur correspondant au tableau au-dessus sur la provenance des répondants :

Figure 3 : Graphique de la provenance des répondants

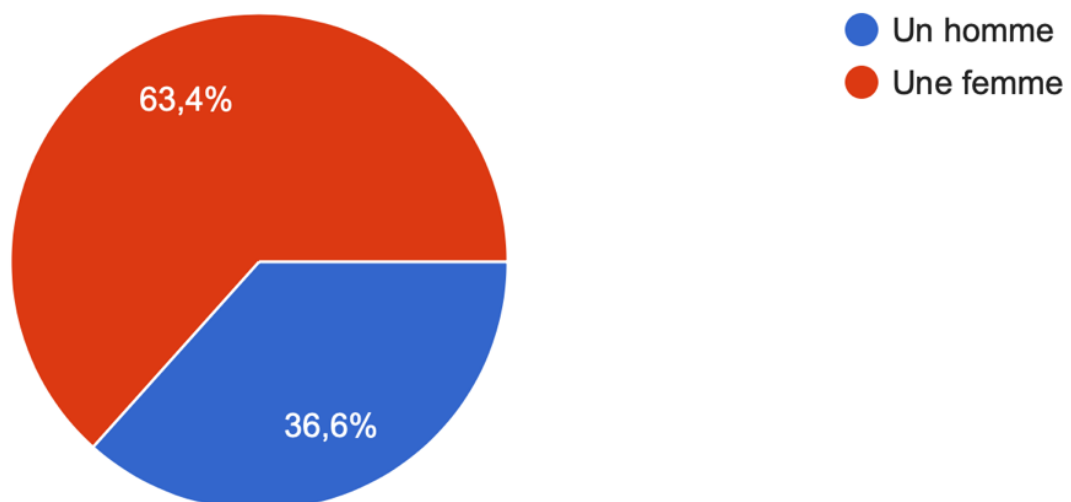


Source : données de l'auteure

Sexe de répondants

Ce camembert nous présente à quel genre, féminin ou masculin, appartiennent les répondants. Les femmes ont dominé ce questionnaire, elles ont été 64 femmes à y répondre soit 63,4%, contre 37 hommes (36,6%).

Figure 4 : Graphique du sexe des répondants

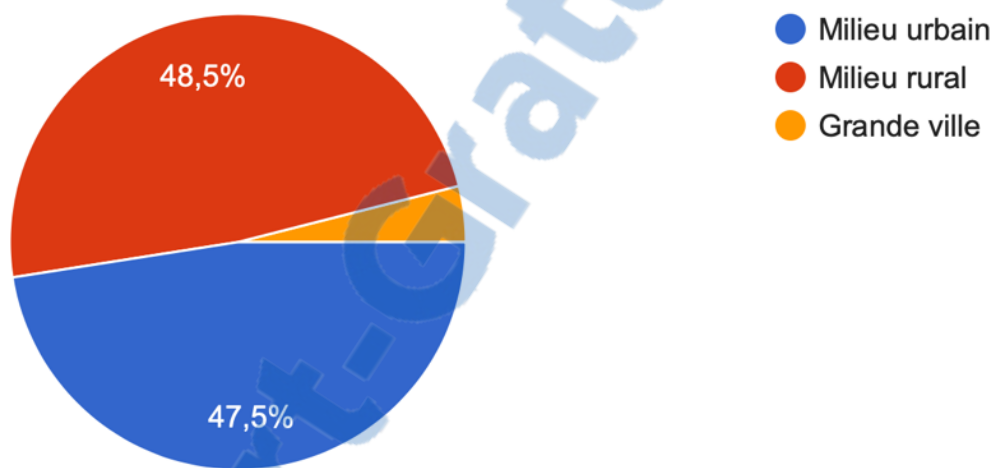


Source : données de l'auteure

Environnement des répondants

Le graphique ci-dessous correspond, à l'environnement dans lequel vivent les répondants. C'est pratiquement à parts égales entre le milieu rural et le milieu urbain, 49 répondants habitant la campagne (48,5%), 48 sont en ville (47,5%) et quatre d'entre eux estiment vivre dans une grande ville (4%). Bien que l'estimation du milieu dans lequel nous vivons soit subjectif, il s'agissait de sonder dans quels types d'environnement les participants à l'enquête habitent, car selon le milieu, nous ne sommes pas forcément confrontés à la même densité d'art dans les espaces publics.

Figure 5 : Graphique représentant l'environnement des répondants

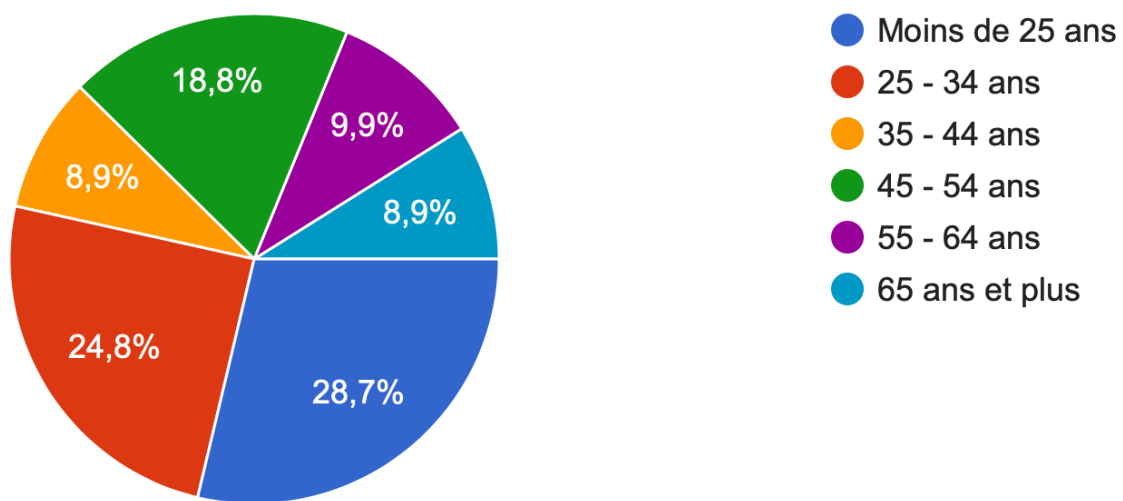


Source : données de l'auteure

Tranche d'âge des répondants

Ci-dessous, la tranche d'âge dans laquelle se situent les répondants. On peut constater que les moins de 25 ans sont en première position à 28,7%, certainement dû à ma jeune communauté sur les réseaux sociaux. Ils sont suivis de près, par les 25-34 ans à 24,8%. Subséquemment, on saute une tranche d'âge, en troisième position, les 45-54 ans à 18,8%. C'est intéressant de constater que des personnes de tout âge ont participé à l'enquête. En effet, un jeune adulte n'a pas nécessairement les mêmes goûts, les mêmes avis, les mêmes expériences de vie ou le même vécu qu'une personne d'un âge plus avancé.

Figure 6 : Graphique de la tranche d'âge des répondants

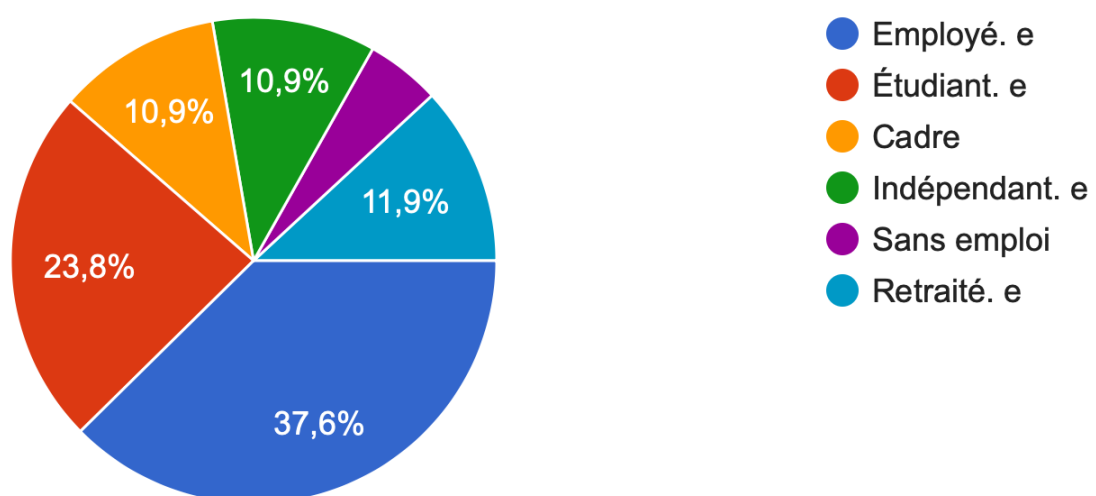


Source : données de l'auteure

Statut professionnel des répondants

Enfin, ce dernier graphique qui concerne le profil des répondants, nous informe à propos de leur statut professionnel. Les répondants sont en majorité employés à 37,6% ou étudiants à 23,8%. Encore une fois, c'est intéressant de constater que des personnes avec divers statuts professionnels ont répondu à l'enquête. Ils étaient 12 retraités (11,9%) à répondre. Les cadres et les indépendants correspondent à parts égales à 10,9%. Finalement, 5% des répondants ont déclarés être actuellement sans emploi. Cette question permet de constater une certaine mixité professionnelle et, donc, des opinions possiblement divergentes.

Figure 7 : Graphique du statut professionnel des répondants



Source : données de l'auteure

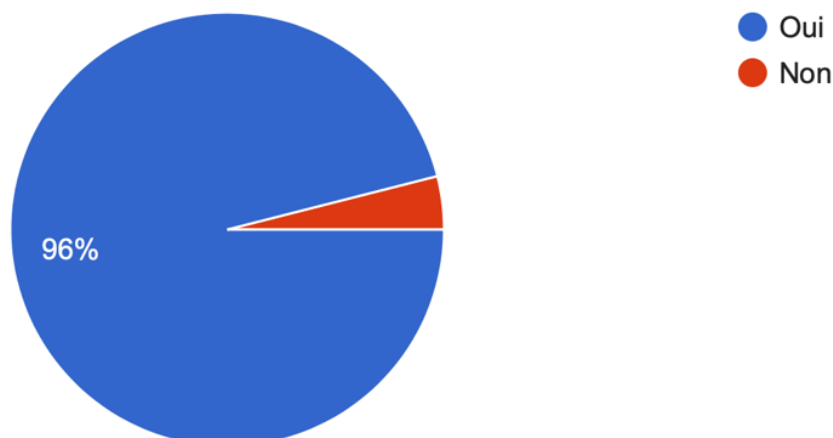
3.4. Analyse et interprétation des résultats

Dans cette seconde partie, je vais présenter, analyser et interpréter les résultats des huit autres questions qui composent l'enquête. Les trois premières questions sont relativement généralistes, elles introduisent le sujet en douceur, afin de savoir si les gens connaissent la Ville de Neuchâtel, comment ils qualifieraient la Ville et à quelles activités urbaines les gens aspirent. Par la suite, les questions sont plus axées sur l'art urbain.

Question 1 : Êtes-vous déjà allé (e) à Neuchâtel (Suisse) ?

Cette première question est banale mais importante. C'est la question d'introduction qui a permis d'entrer dans le sujet. En outre, mon public-cible de l'enquête étant passablement large, il y avait la nécessité de savoir si les répondants s'étaient déjà rendus une fois ou l'autre à Neuchâtel. Le résultat est plutôt positif, seulement 4% des personnes ne sont jamais allées à Neuchâtel. Ceci démontre, que la Ville est bien connue dans l'ensemble. De plus, le fait que les répondants connaissent la Ville rend la suite des questions plus crédibles.

Figure 8 : Graphique de la question n°1 de l'enquête



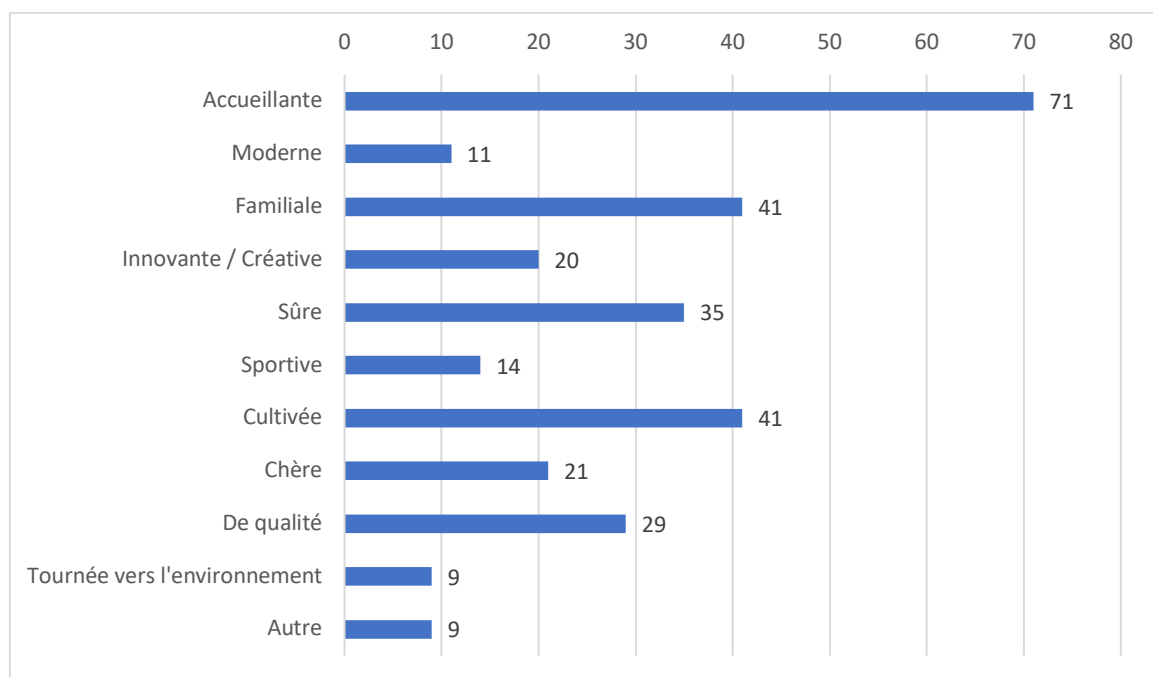
Source : données de l'auteure

Question 2 : Comment qualifieriez-vous Neuchâtel même si vous ne connaissez pas la Ville ? (Plusieurs réponses possibles)

J'ai décidé de poser cette question dans mon enquête, afin de connaître la réputation de la Ville. J'ai en effet pris le risque que certains des répondants ne connaissent pas la Ville.

Cependant, dans ce cas-là, un rapide coup d’œil sur internet permet facilement de se faire un avis. A une majorité écrasante, les répondants qualifient Neuchâtel de Ville accueillante. On peut aussi constater que les gens considèrent la Ville comme familiale et cultivée. Les neuf personnes qui ont choisi l’option « autre », décrivent la ville avec les mots suivants : Bon enfant, historique, sympa, festive, charmante, conservatrice, à taille humaine ou encore facile d’accès. Deux personnes n’ont pas donné leurs avis, car elles ne connaissaient pas du tout la Ville. Dans l’ensemble, la Ville a une bonne image, elle est considérée très positivement par les gens, mis à part 21 personnes qui qualifient la Ville comme étant chère.

Figure 9 : Graphique de la question n°2 de l’enquête



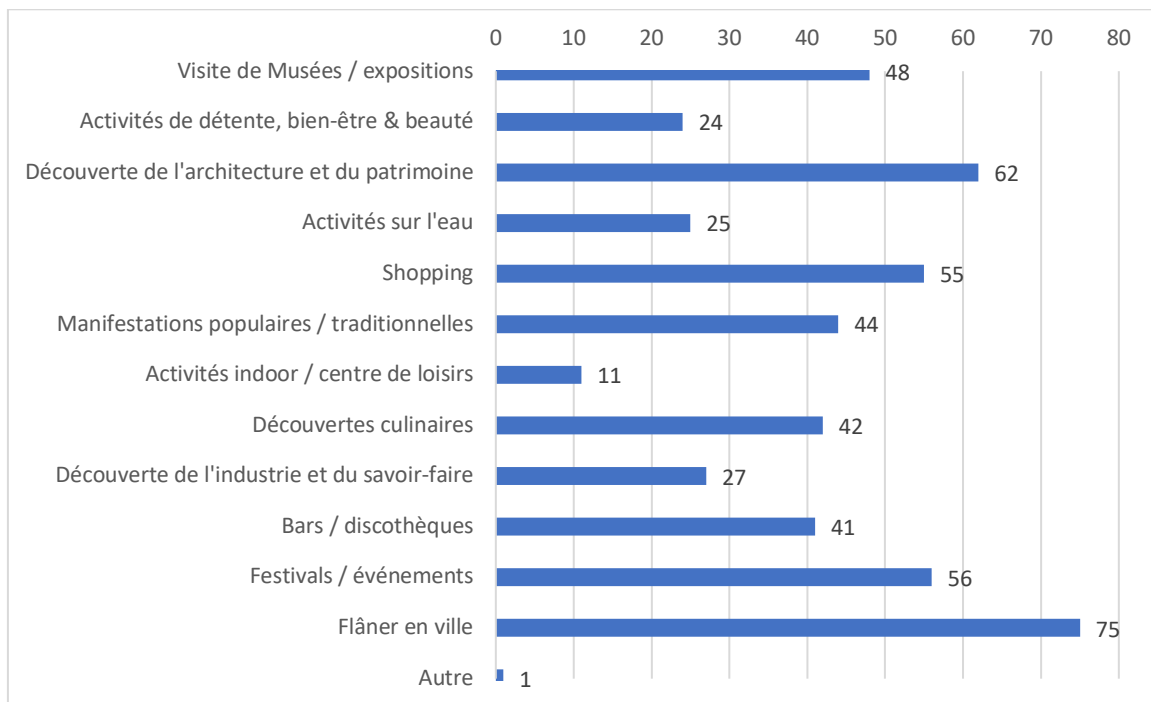
Source : données de l’auteure

Question 3 : À quels types d’activités aspirez-vous le plus dans une ville ? (Plusieurs réponses possibles)

Cette question est précieuse pour découvrir à quel secteur d’activité les gens s’intéressent en priorité lorsqu’ils sont en ville. L’activité qui ressort le plus avec 75 réponses, est « Flâner en ville ». C’est très positif, car cela signifie que les gens aiment prendre le temps de se balader et d’observer ce qui les entoure. Or, c’est exactement sur cette voie qu’on souhaite mener les gens en insérant de l’art dans la rue, amener les visiteurs à la rêverie et à percevoir des espaces banals différemment.

Il y a également un engouement pour la découverte de l'architecture et du patrimoine. C'est aussi encourageant pour la Ville de Neuchâtel, car le Canton possède un riche patrimoine en horlogerie notamment, ainsi qu'une architecture intéressante et élégante. Le troisième type d'activité qui a eu le plus de réponses sont les festivals et événements.

Figure 10 : Graphique de la question n°3 de l'enquête



Source : données de l'auteur

Question 4 : Qu'est-ce que cela vous évoque lorsqu'on parle d'art urbain et d'art public ?

Cette question était libre, c'est-à-dire, que les répondants avaient la possibilité d'écrire librement ce qu'ils pensaient sans limite de caractères. Pour cette raison, je vais présenter ici, un résumé et des mots-clés, des réponses que j'ai reçues. Toutes les réponses collectées sont à disposition à l'annexe II.

Pour commencer, ce que j'ai pu remarquer en lisant les réponses, c'est qu'il y a une grande confusion entre les termes et que la vision de l'art urbain est relativement restreinte à une poignée de techniques. Plusieurs personnes assimilent l'art urbain avec les tags et les graffitis, donc plutôt comme une pratique spontanée. On peut également relever que les commandes publiques ne viennent pas à l'esprit de certains répondants, lorsqu'ils réfléchissent à ces termes. Il y a une autre catégorie de personnes qui semblent opposées aux projets d'art urbain

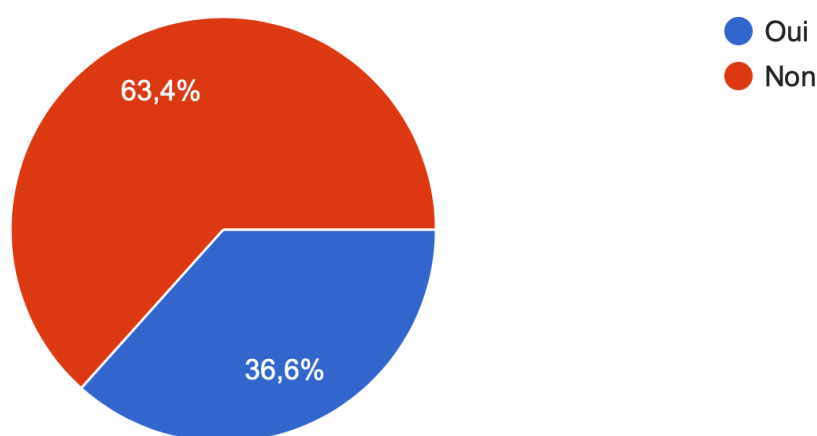
sans expliquer ce que ces termes évoquent pour elles, mais elles justifient leurs réponses en développant que pour elles c'est une source de dépenses inutiles.

Globalement, lorsqu'on parle d'art urbain / d'art public, cela évoque aux répondants : de l'art accessible à tous, en plein air, qui se découvre au détour d'une rue et qui met en valeur l'environnement. Mais encore, cela évoque pour eux, la créativité, l'émotion, un moyen d'attirer des touristes, synonyme d'ouverture, une ville qui prend soins de ses espaces publics, des œuvres en extérieur qui créent un lien entre les gens, l'histoire ou l'architecture.

Question 5 : Avez-vous déjà choisi une destination en fonction de ce qu'elle proposait en matière d'art urbain / street art / art public ?

J'ai interrogé les gens à ce propos, car les actions artistiques dans des lieux publics s'accroissent dans les destinations et les villes. Je souhaitais savoir, si parmi les répondants, certains avaient déjà organisé un séjour dans le but précis d'aller découvrir des œuvres d'art urbain ou de *street art*. Les réponses à cette question permettent également d'obtenir une piste, afin de juger si Neuchâtel devrait investir dans ce style de projets. En ce qui concerne les résultats, on constate que la majorité n'ont jamais organisé un séjour motivé par l'art urbain. Cependant, tout de même plus d'un tiers des répondants, 37 personnes sur 101, affirment que oui, le *street art* ou l'art urbain ont déjà été un motif de déplacement. C'est un résultat encourageant, qui démontre qu'il y a un intérêt, pour ce type d'activité et une niche autour du tourisme de *street art* et d'art urbain.

Figure 11 : Graphique de la question n°5 de l'enquête

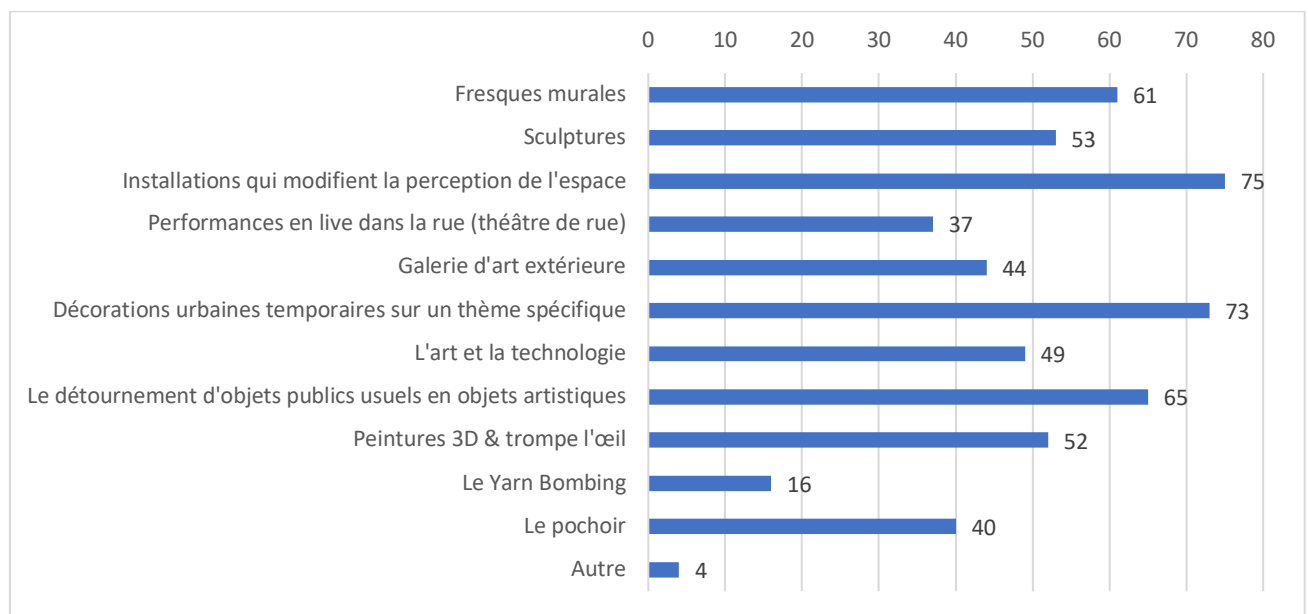


Source : données de l'auteure

Question 6 : Quelles formes d'art urbain vous intéressent le plus ? (Plusieurs réponses possibles)

Pour cette sixième question à choix multiples, j'ai réalisé une sélection d'exemples des techniques et formes d'art urbain les plus communs, que j'ai illustrée avec des images, pour que tout le monde soit capable de comprendre. Les répondants étaient conviés à choisir parmi cette sélection ce qu'ils appréciaient le plus. L'avis des gens est important, car sur cette base d'opinions, je pourrais construire des suggestions et propositions de projets pour la Ville de Neuchâtel qui plairaient potentiellement au plus grand nombre. Les trois formes qui se démarquent dans le graphique ci-dessous sont les installations, les décorations urbaines temporaires et le détournement d'objets publics usuels en objets artistiques. Au travers de ces réponses, on peut constater que les gens apprécient les œuvres qui sortent de l'ordinaire, bien que les fresques murales aient eues tout de même du succès.

Figure 12 : Graphique de la question n°6 de l'enquête



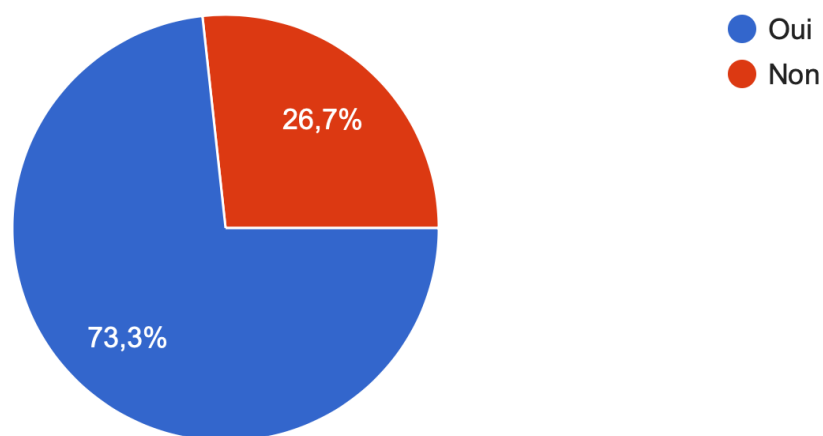
Source : données de l'auteur

Question 7 : Est-ce qu'une mise en valeur de la Ville par plusieurs projets artistiques innovants dans les rues, vous inciterait plus volontiers à venir à Neuchâtel ?

Il s'agit de la question la plus capitale de mon enquête. Assurément, l'objectif de cette enquête est de découvrir si la Ville aurait avantage ou non à miser sur des projets artistiques urbains afin de mettre en valeur les espaces publics. Comme dans chaque domaine, il y a toujours des réticences. Tout le monde n'est pas disposé à être touché par l'art et il faut accepter les points de vue de chacun. Néanmoins, si on observe le graphique en camembert ci-dessous, on remarque que 73,3% des répondants, soit 74 personnes sur 101, seraient prêtes à se déplacer jusqu'à Neuchâtel, si la Ville mettait en place des projets artistiques urbains.

Les résultats sont positifs sachant que, comme nous l'avons vu dans le profil des répondants, il y en a plus de la moitié qui n'habitent pas dans le Canton de Neuchâtel. Ces données démontrent que les gens sont très largement en faveur de projets urbains. Par conséquent, on peut avancer que la Ville de Neuchâtel aurait donc un intérêt à se projeter dans ce sens, car cela permettrait de créer une nouvelle offre pour attirer des excursionnistes, des touristes ou éventuellement de nouveaux habitants.

Figure 13 : Graphique de la question n°7 de l'enquête



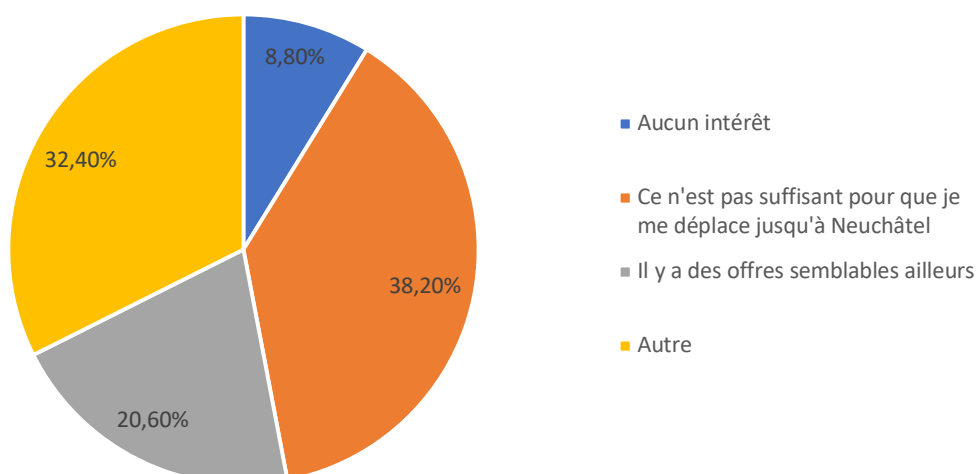
Source : données de l'auteure

Question 8 : Si non, pourquoi ? (Si répondu non à la question 7)

Cette dernière question était seulement destinée aux personnes qui ont répondu « non » à la question précédente. Les points de vue de chacun sont tout de même intéressants à analyser afin de comprendre quels sont les freins. On peut donc constater, qu'ils sont 8,8% à ne pas être attiré par l'art urbain, 38,2% des répondants estiment qu'ils ne sont pas prêts à faire plusieurs kilomètres uniquement pour le motif de découvrir des œuvres urbaines et 20,6% trouvent que ce type d'offre culturelle est facilement trouvable ailleurs. Dans les personnes qui ont répondu « autre », il y a ceux qui ont précisé déjà habiter sur Neuchâtel, ou y aller quotidiennement pour le travail et une personne a répondu que Neuchâtel est une très belle ville au naturel.

Pour les personnes qui ne sont pas réellement amatrices d'art et qui ne sont pas prêtes à se déplacer uniquement pour ce type d'offre, il faudrait par exemple créer un ou plusieurs *packages* qui mettent en valeur plusieurs activités dans la Ville. Ainsi, les personnes réticentes auraient d'autres raisons de venir jusqu'à Neuchâtel. Chercher à satisfaire tout le monde offre l'occasion d'une réflexion pour créer un nouveau produit, qui ne se trouve justement pas ailleurs en Suisse romande et cela donnerait une véritable raison aux gens de se déplacer.

Figure 14 : Graphique de la question n°8 de l'enquête



Source : données de l'auteure

3.5. Synthèse des résultats

Pour résumer les résultats de l'enquête qualitative sont dans l'ensemble, notablement positifs puisque plus de 70% des répondants se rendraient plus volontiers jusqu'en Ville de Neuchâtel si des projets d'art urbain créatifs y étaient installés. Ce qui est également intéressant de noter, c'est que des personnes de toutes les tranches d'âge ont répondu, ce qui a permis d'obtenir l'avis de différentes générations. De plus, un autre élément à souligner, c'est plus de 50% des répondants n'habitent pas le Canton de Neuchâtel. De ce fait, on peut avancer que l'art urbain serait un potentiel attrait pour les gens de la région neuchâteloise ou d'ailleurs, sachant que tous les répondants se sont déjà rendus à Neuchâtel, mis à part quatre d'entre eux. Parmi les faits marquants, on peut relever que l'activité la plus appréciée dans une ville est la flânerie. Concernant les différents styles d'art urbain, incontestablement, les avis ont tranché en faveur des installations, des décorations urbaines et des objets publics détournés. En revanche, on peut constater que l'art urbain n'est pas un attrait suffisant pour 26,7% des participants.

3.6. Les freins au développement de l'art urbain à Neuchâtel

Comme nous avons pu le voir dans les réponses, un peu plus d'un quart des répondants ne semble pas très intéressé à se rendre jusqu'à Neuchâtel pour y découvrir des œuvres urbaines. Parmi les personnes réticentes, il y a des gens que se rendent à Neuchâtel hebdomadairement pour le travail, d'autres qui habitent la Ville et ceux qui ne sont tout simplement pas attirés par cette offre. À partir des réponses à la question huit, je vais pouvoir formuler des hypothèses quant aux freins qui pourraient se mettre en travers du développement de projets d'art urbain.

Hypothèse n° 1 :

Le Canton de Neuchâtel ayant des soucis financiers, les impôts ont augmentés ces dernières années et les gens sont conscients que l'État doit faire des économies. Immanquablement, les budgets alloués à la culture doivent être revus à la baisse. L'économie du Canton étant instable, c'est peut-être le mauvais moment pour parler aux habitants de

projets d'art urbain. Neuchâtel est devenu cher et, comme l'ont dit deux personnes dans le questionnaire, il s'agit pour eux de dépenses inutiles. Par conséquent, ils estiment peut-être que l'État devrait mettre de l'argent dans d'autres domaines en priorité.

Hypothèse n° 2 :

L'art urbain, l'embellissement des espaces publics par l'art et la création d'atmosphère dans les rues, sont des phénomènes relativement nouveaux que les villes mettent en place pour plusieurs raisons, dont l'attraction de touristes. Il y a peut-être encore une incompréhension de la notion qu'englobe l'art urbain. Auparavant, l'art de rue était considéré comme du vandalisme et aujourd'hui, au contraire, on valorise ce type d'art. Certaines personnes qui sont opposées, n'ont peut-être pas encore fait cette transition et n'arrivent pas à visualiser autre chose que des *tags* et des *graffitis*.

Hypothèse n° 3 :

Une autre raison hypothétique à la résistance, est que certains ne sont tout simplement pas sensibles à ce style d'art exécuté dans la rue et préfèrent les villes au naturel, sans artifice. Un des participants à l'enquête a répondu : « utiliser l'art pour l'art est pathétique ». On peut en déduire, que cette personne serait potentiellement convaincue si les projets étaient uniques et novateurs, sans pour autant dénaturer le lieu d'exposition.

Chapitre 4 : Analyse de l'interview

Le 5 novembre 2019, j'ai rencontré Benjamin Locatelli, alias *Writing*, à Fleurier au Val-de-Travers pour une interview. Nous nous sommes rencontrés dans un café et avons débuté l'entrevue avec une discussion autour de l'art urbain pendant une demie heure, avant de débiter l'interview semi-directive de 20 minutes. L'objectif de cette rencontre était d'obtenir des informations et les opinions d'un artiste qui vit les choses de l'intérieur autour de la thématique du *street art* et de l'art urbain. J'ai choisi l'option de l'interview semi-directive afin d'aiguiller Benjamin sur les différents thèmes que je souhaitais aborder durant cette rencontre.

La personne interviewée, Benjamin Locatelli, est un artiste de graffiti. Âgé d'une trentaine d'années, il vient de Pontarlier, en France, mais il vit actuellement à Môtiers dans la Commune de Val-de-Travers. Il possède déjà une longue carrière dans le graffiti, puisqu'il a commencé à pratiquer cet art à l'âge de 13 ans. Benjamin a été initié au graffiti lorsqu'il était encore au collège en France, par un ami. Il s'est très rapidement pris de passion pour le *street art*, ce qui lui a permis d'évoluer dans le domaine et d'être aujourd'hui reconnu dans la région sous le nom d'artiste « *Writing* ». Son parcours est intéressant. À l'adolescence ses *tags* illégaux dans les rues de Pontarlier lui ont valu des problèmes avec la justice. Néanmoins, Benjamin a persévéré. Il s'est cultivé sur l'histoire du graffiti, il a grandi et il a développé des œuvres plus profondes et plus respectueuses dans l'espace urbain. Dans son parcours, il a été amené à travailler avec des enfants sur des activités autour du graffiti et du développement personnel. A 18 ans, Benjamin s'est lancé à son compte, il a commencé à réaliser des fresques pour les privés et les institutions. Il dirige également des conférences, organise des formations pour les professeurs d'art et réalise toujours des animations pour enfants. Récemment, Benjamin a ouvert un espace de *co-working* « Le KLAB » (*Kultural Laboratory*) en collaboration avec d'autres artistes aux Verrières (Suisse). Il a également eu l'occasion de transformer un ancien silo à grains qu'il a réhabilité pour en devenir son atelier. Par le passé, l'artiste a déjà travaillé en collaboration avec des communes, celle des Verrières entre autres, où il a réalisé une fresque représentant les Bourbakis. Aujourd'hui il préfère se concentrer sur des œuvres plus personnelles qu'il vend dans son atelier et sur internet.

L'interview a été construite sur une base de six questions qui ont fait office de fil rouge à la discussion. J'ai tout d'abord demandé à Benjamin de se présenter, de me parler de lui et de son parcours. Il m'a donc expliqué les grandes lignes de sa carrière jusqu'à maintenant, ce qui m'a permis d'en apprendre un peu plus sur lui et l'art qu'il pratique. Ensuite, j'ai demandé à Benjamin quels sont les différences pour lui entre l'art urbain et le *street art*. Il en ressort, qu'il ne fait pas une grande différence entre ces deux termes. Cependant, il admet que certains graffeurs, qui exercent dans l'illégalité, ne voient pas d'un bon œil les œuvres institutionnalisées, car ils revendiquent le caractère rebelle et libre de la pratique. Il explique également qu'il est difficile de nommer les choses car chacun revendique une étiquette, mais qu'au final, on parle d'un art libre, que c'est incohérent et qu'on ne devrait pas mettre d'étiquettes. L'entrevue s'est poursuivie sur le statut illégal des œuvres. De là, il explique que

lui-même a été dans l'illégalité par le passé et qu'actuellement il n'est pas contre, à condition que les œuvres apportent une plus-value à la société, améliorent le paysage et fassent passer un beau message.

Ensuite, j'ai demandé à Benjamin, quels étaient selon lui les moteurs au fil des années, qui ont fait que l'art de rue soit à présent reconnu en tant qu'art. Pour lui, c'est surtout le facteur économique qui a fait évoluer son art. Le fait que les dirigeants du marché de l'art y voient du potentiel et développent la commercialisation du *street art* a mené à une acceptation. En parallèle, la mise en avant de certains artistes a poussé leur popularité auprès des gens. Il m'a également expliqué qu'énormément d'artistes se sont tournés vers des pratiques légales à cause des lourdes répressions des forces de l'ordre. En effet, avec le temps, la police a développé des techniques pour réduire le graffiti sauvage et ils ont maintenant des brigades spécialisées anti-graffiti. Pour conclure le sujet du graffiti illégal, il déclare que maintenant les villes laissent des surfaces neutres, dédiées à la libre expression et que cette évolution des mœurs a tout de même ouvert des portes.

Nous avons poursuivi avec une autre question. Je lui ai demandé, quelles sont pour lui les plus-values pour une ville de mandater des artistes comme lui. Il rétorque qu'une ville à tout intérêt à créer un environnement agréable, afin d'attirer des habitants et ainsi stimuler l'économie. Je lui ai également demandé s'il avait actuellement un projet avec une commune, mais comme expliqué plus haut, Benjamin est dans une autre phase de son parcours professionnel. Il souhaite se concentrer sur des projets plus personnels et développer son propre style. Finalement, je souhaitais savoir, s'il pense que mettre en place des projets d'art urbain innovants à Neuchâtel serait un atout pour la Ville. Il en ressort que Benjamin semble convaincu positivement, en précisant : « des milliers de personnes sont prêtes à se déplacer dans des endroits paumés en France, en pleine campagne, pour voir des friches industrielles toutes graffées en mode *street art* ». Il poursuit en exprimant qu'une ville qui a une forte activité artistique peut être menée à attirer des écoles spécialisées dans l'art et ainsi inciter des gens du monde entier à venir à Neuchâtel. A contrario, il pense que l'art dans une ville doit être utilisé raisonnablement, afin de protéger un minimum le patrimoine bâti et les éléments d'époque, car certaines rues sont belles au naturel, sans artifices.

Pour conclure, on peut constater, que Benjamin est un artiste multi-facettes. Son art lui permet de gagner de l'argent de différentes manières. Il réalise des commandes, il forme des professeurs, il travaille avec des enfants, il vend ses œuvres et il est également conférencier. A la base artiste libre, il s'est tourné vers la légalité et voit du positif dans l'institutionnalisation des œuvres dans les villes et villages. Selon l'interviewé, le fait d'incorporer de l'art urbain dans une ville a l'avantage de dynamiser l'économie en créant un climat urbain agréable, ce qui attire des habitants. Finalement, il pense que le *street art* est un vecteur touristique, car il constate qu'énormément de gens se déplacent pour découvrir ce type d'art.

Chapitre 5 : Benchmark des meilleurs concepts dans d'autres villes

Dans cette partie de mon travail, je vais présenter 20 projets d'art urbain qui sortent de l'ordinaire dans le but de démontrer que l'art urbain institutionnalisé est très diversifié et peut être innovant, voire étonnant. Le deuxième objectif de ce benchmark est de m'inspirer des concepts exposés dans les rues du monde entier, afin de proposer des idées originales dans le cadre de la Ville de Neuchâtel. Parmi les concepts cités dans le tableau ci-dessous, certains ne sont plus exposés dans les villes actuellement, à cause de leurs caractères éphémères et déplaçables. En effet, l'art se renouvelle régulièrement pour laisser place à de nouveaux artistes. Dans certains cas également, les villes n'acquièrent pas les œuvres et, de ce fait, les artistes reprennent possession de leurs créations pour les installer ailleurs. Afin de mieux visualiser ces concepts, des images dans l'ordre de chacune des œuvres citées dans le tableau sont disponibles à l'annexe IV.

Tableau 4 : Benchmark

Concepts	Villes	Artistes
Des tentacules de pieuvres gonflables qui sortent des fenêtres d'un bâtiment ^a .	Dublin ^a	Filthy Luker ^a
Une structure en bois appelée « The Passenger », qui métamorphose l'espace en forêt urbaine contemporaine ^b .	Mons ^b	Arne Quinze ^b

180 cages à oiseaux vides suspendues dans une ruelle. En bonus, des hauts parleurs qui reproduisent le chant des oiseaux ^c .	Sydney ^c	Michael Hill's ^c
Une galerie d'art contemporaine en plein air, ouverte à tous et accessible de jour comme de nuit ^d .	Montréal ^d	Galerie Blanc ^d
Un arbre dépourvu de feuillage dans lequel ont été installés plusieurs dizaines de parapluies orange ^e .	Londres ^e	Sam Spenser ^e
Un bel exemple de l'utilisation de la technologie. Ce sont des fibres colorées qui s'entrelacent au-dessus du sol. Une fois la nuit tombée la forme prend vie ^f .	Beverly Hills ^f	Janet Echelman ^f
De la luminothérapie sous forme de jeu. Une installation d'une trentaine de balançoires à bascules illuminées. Lorsque les bascules sont en mouvement, elles produisent également du son ^g .	Montréal ^g	Lateral Office, CS Design et EGP Group ^g
Des projections extérieures sur des façades de bâtiments et dans les arbres, qui nous montrent d'une manière ludique sous forme de petits films, l'histoire de la création de la ville. Visible de nuit, cela apporte une dynamique à plusieurs endroits du centre-ville. Le projet s'intitule « Cité Mémoire » ^h .	Montréal ^h	Michel Lemieux et Victor Pilon ^h

Une fresque immense peinte sur pelouse. L'œuvre est visible et compréhensible dans son ensemble uniquement vu du ciel. On peut y apercevoir une petite fille qui lance un bateau en origami sur le lac ⁱ .	Genève ⁱ	Saype ⁱ
Les deux mains géantes qui sortent de l'eau et qui donnent l'impression de soutenir la bâtisse. Chacune des mains mesure neuf mètres de haut ^j .	Venise ^j	Lorenzo Quinn ^j
La plus grande fourchette du monde. La sculpture en fourchette de huit mètres de haut, plantée dans le lac Léman ^k .	Vevey ^k	Jean-Pierre Zaugg ^k
L'arbre métallique du Flon à Lausanne. Ses racines font offices de bancs publics et l'ensemble crée un lieu de détente ^l .	Lausanne ^l	Samuel Wilkinson ^l
600 paires de chaussures qui ne sont plus utilisées sont liées à des fils rouges et eux-mêmes fixés sur une façade de bâtiment ^m .	Berlin ^m	Chiharu Shiota ^m
Des portes peintes par huit artistes différents et disposées sur la High Line à New-York ⁿ .	New-York ⁿ	Ei Arakawa, Firelei Baez, Daniel Buren, Sam Falls, Lubaina Himid, Lara Schnitger, Ryan Sullivan et Vivian Suter ⁿ
888'246 coquelicots rouges en céramique ont été installés dans les douves de la Tour de Londres en 2014. Cette installation s'appelle Blood Swept Lands and Seas of Red ^o .	Londres ^o	Paul Cummins et Tom Piper ^o

Un assemblage de 202 lampadaires restaurés datant des années 1920 et qui créent un bloc lumineux ^p .	Los Angeles ^p	Chris Burden ^p
Des arbres dont les troncs sont peints en bleu électrique afin que les gens prennent une pause pour observer ces arbres. Cette action appelée « The Blue Trees » sert à porter attention à la déforestation ^q .	Seattle ^q	Konstantin Dimopoulos ^q
Les escaliers recouverts de carrelage en céramique. Le tout donne un résultat très chaleureux aux couleurs du Brésil ^r .	Rio de Janeiro ^r	Jorge Selaron ^r
Le jardin des arts qui regroupe les œuvres de 22 artistes marocains. Les œuvres ont pour thème le climat et l'environnement. Le parc a été inauguré lors de la Cop22 et l'accès est libre ^s .	Marrakech ^s	Artistes divers ^s
14 des nouvelles stations de métro de la ville de Stockholm, ont été chacune décorées de façon unique par des artistes. Peintures, lumières ou sculptures, la ville vend son métro comme étant la plus longue exposition d'art au monde ^t .	Stockholm ^t	Artistes Divers ^t

Source : tableau de l'auteure provenant de sources multiples

Il existe d'innombrables projets d'art urbain dans le monde, mais cette petite sélection reflète bien l'hétérogénéité des œuvres que l'on peut apercevoir dans une ville. Au-delà des fresques murales, on peut constater qu'il y a un large panel de techniques, de matières et de

supports exploitables pour mettre en valeur un lieu. Ce groupement de concepts sera très précieux et fera office de base d'inspiration dans le chapitre suivant, lors de la construction de suggestions autour de projets atypiques et spécifiques pour la Ville de Neuchâtel.

Chapitre 6 : Suggestions d'idées pour mettre en valeur Neuchâtel via l'art urbain

Au travers de ce chapitre, il s'agit de répondre à l'objectif numéro trois du travail qui est de suggérer des idées de projets futurs, pour inclure de l'art dans les espaces publics de la Ville de Neuchâtel. Les cinq concepts cités ci-dessous sont fortement inspirés du benchmark, cependant ils sont adaptés à Neuchâtel, à sa culture et à son patrimoine. Plusieurs critères sont pris en compte pour émettre ces suggestions. Tout d'abord, les réponses des personnes qui ont répondu à l'enquête sont primordiales, car elles ont donné leurs avis sur les formes d'art urbain qui les intéressaient en priorité. Deuxièmement, il s'agit de prendre en compte ce qui existe déjà en fonction de l'état des lieux effectué, afin de proposer des projets qui divergent de ceux existants. Finalement, la prise en considération de l'architecture et des

^a Public delivery (2018)

^b Belgique Wallonie (s.d.)

^c Yoo (2012)

^d Montréal (s.d.)

^e Marin (2013)

^f Echelman (s.d.)

^g Cambron-Goulet (2015)

^h Alarie (2017)

ⁱ Ats (2018)

^j Cajeux (2017)

^k Alimentarium (s.d.)

^l Bazzanella (2013)

^m Hosmer (2012)

ⁿ Halle (2019)

^o Young (2014)

^p Visit California (s.d.)

^q Spadafora (2012)

^r Watts (2013)

^s Visit Marrakech (s.d.)

^t Visit Stockholm (s.d.)

espaces qui mériteraient d'être mis en valeur est importante pour suggérer des idées qui s'incluent parfaitement dans les lieux. Les propositions ci-dessous sont chacune différente. Elles varient dans les techniques et les supports, mais elles ont le point commun d'être sur mesure par rapport à la culture neuchâteloise.

6.1. Suggestion n°1 : une installation dans la cour de l'École Supérieure du Numa-Droz

Les répondants à l'enquête ont beaucoup apprécié le concept des installations qui modifient la perception de l'espace d'un lieu. De plus, selon l'état des lieux il n'existe actuellement pas d'installation artistique urbaine réellement innovantes à Neuchâtel. C'est donc tout naturellement, que cette première proposition s'articule autour d'une installation.

A l'image des installations de l'artiste Janet Echelman, il serait intéressant de créer une structure au-dessus du sol tissé de fils optiques. Une sorte de toile d'araignée suffisamment dense pour produire une forme abstraite qui léviterait dans les airs. Cette forme prendrait vie, une fois la nuit tombée, grâce à des projections de lumières. Afin de proposer un projet unique, l'installation pourrait être illuminée aux couleurs du Canton de Neuchâtel, soit vert, blanc et rouge. Le lieu qui s'apprêterait à ce type d'installation est la cour de l'École Supérieure du Numa-Droz. En effet, l'emplacement est privilégié car il se situe au centre-ville et l'accès à la cour est pratique car il y a de nombreuses places de parc à proximité. De plus, la cour est trouvable facilement, puisqu'elle se situe côté lac sur le quai Osterwald. L'espace est grand, dénudé d'art, le seul élément, se trouvant au centre de la cour, est un bassin fontaine sans décoration.

L'idée serait de créer un concept temporaire, de novembre à mars, lorsque les journées sont plus courtes et que la nuit tombe rapidement. Pour que le concept soit unique, original et qu'il s'intègre parfaitement au lieu, il serait intéressant de mêler l'eau du bassin fontaine à l'installation lumineuse et d'y incorporer du son. Ainsi, les passants découvrirait une expérience complète autour de cette installation et non seulement une œuvre installée. C'est le principe de l'art *in situ*, c'est-à-dire, le fait de prendre en compte l'espace et l'architecture

du lieu dans lequel va être installée l'œuvre. On peut donc imaginer le bassin de la cour contenant des jets d'eau illuminés qui s'animent au rythme du son et l'installation en fibre au-dessus, qui réagit également au son et qui crée une danse aux couleurs du Canton de Neuchâtel. L'œuvre permettrait, dans ce cas-là, de mettre en valeur l'existant, d'offrir un spectacle urbain original, d'intégrer la technologie et de modifier la perception du lieu.

Avantages :

- Une œuvre qui offre une expérience sous forme de spectacle
- Met en valeur l'existant
- La technologie donne un caractère novateur à l'œuvre
- Il n'y a jamais eu ce type d'installation à Neuchâtel

Inconvénients :

- L'œuvre ne prend vie qu'une fois la nuit tombée
- La difficulté de trouver un artiste pour mettre en place une telle installation
- Toute la technique nécessaire pour que l'œuvre fonctionne

6.2. Suggestion n°2 : une sculpture sur l'eau

L'enquête nous informe qu'à 52,5%, les répondants apprécient la présence de sculptures dans l'espace public. Selon l'État des lieux, il y a déjà de nombreuses sculptures à Neuchâtel. Cependant, le support de l'eau n'a pas encore été exploité. La Ville a la chance de jouir d'un accès au lac depuis le centre-ville offrant un cadre superbe. Il y a donc un potentiel à l'utilisation de ce support qui est l'eau afin d'y ajouter une touche artistique.

Cet été 2019, la Ville de Neuchâtel a fêté le 40^{ème} anniversaire de sa zone piétonne et à cette occasion, les autorités ont déployé plusieurs projets artistiques, dont l'installation de sculptures en forme d'horloge dans divers endroits de la Ville. La plupart des sculptures ont été retirées à la fin de l'été. L'horlogerie, c'est une industrie très importante dans le Canton de Neuchâtel, c'est un savoir-faire qui a fait la réputation de la région et donc un symbole dont les habitants du Canton sont fiers. Au-delà de cela, c'est une industrie sur laquelle le Canton

compte énormément économiquement. De grandes entreprises connues mondialement sont implantées dans le Canton et le projet des sculptures d'horloges design nommé « DingDong » est une façon de mettre en valeur ce savoir-faire régional, et aussi de montrer une certaine fierté.

Afin de renforcer cette symbolique et ce savoir-faire artisanal de haute qualité, la proposition serait de mandater une nouvelle fois l'artiste Denis Roueche qui a travaillé sur les œuvres « DingDong » et lui demander d'œuvrer une nouvelle fois sur une sculpture en horloge mais dans un format surdimensionné. Il serait intéressant d'installer une horloge aux formes design et aux couleurs vives sur le lac de Neuchâtel, dans un endroit approprié, à proximité du quai Osterwald. La surdimension, des couleurs vives pour que l'œuvre soit bien visible et une forme design pour exprimer le côté moderne de la Ville de Neuchâtel. Ainsi, la Ville aurait une sculpture qui représente un atout, une force qui est à l'image du Canton, sur un support dynamique qui est l'eau. L'œuvre serait installée de façon permanente à l'image de la « Fourchette » de Vevey.

Avantages :

- Renvoie à un symbole fort de la région
- Approprié pour la Ville
- Le design de la sculpture qui représente la modernité de la Ville
- L'appropriation d'un nouveau support

Inconvénients :

- La difficulté d'installé l'œuvre sur l'eau
- Choix du lieu complexe, notamment à cause de la circulation maritime
- Il y a déjà plusieurs sculptures dans la Ville

6.3. Suggestion n°3 : une galerie d'art urbaine sur la place des Jeunes-Rives

Cette proposition s'articule autour de plusieurs techniques artistiques dans un seul projet. Il s'agit d'une installation et à la fois d'une exposition inspirée de la galerie d'art extérieure de Montréal. Le choix du lieu est stratégique, la place des Jeunes-Rives appelée « la place rouge » par les habitants à cause du revêtement en graviers rouge est vaste et se situe à cinq minutes à pied du centre-ville. Cet espace au bord du lac est composé d'une plage urbaine, ainsi que d'une place qui accueille Festi'Neuch chaque année au mois de juin.

Afin de créer un musée à ciel ouvert sur la place des Jeunes-Rives, il serait nécessaire de construire des parois en bois, par exemple, pour reproduire les murs d'une galerie et ainsi élaborer un espace clairement défini. La construction de cette surface permettrait ainsi d'accueillir les différentes œuvres d'art. L'idée, par le biais de cette galerie d'art extérieure, serait de mettre en avant plusieurs artistes de la région qui pratiquent des types d'art différents. Ainsi, pourrait être exposé dans la galerie un mix de genres comme de la photographie, de la peinture, du graffiti, de l'art contemporain ou encore de la sculpture. Pour aller plus loin dans le projet, le rendre ludique et intéresser un large public, la galerie pourrait être aménagée sous forme de labyrinthe.

L'idée serait de rendre accessible gratuitement la galerie extérieure d'art urbain de jour et de nuit durant l'été, de mai à septembre. Année après année, le projet pourrait être réitéré sous d'autres formes, en collaborant avec d'autres artistes et ainsi renouveler l'offre en créant des atmosphères différentes. Nul besoin de passer la porte d'une institution muséale en mettant en place ce type de galerie. Ainsi, l'art est accessible à tous et gratuitement. De plus, en étant installée sur la place des Jeunes-Rives, la galerie d'art pourrait potentiellement faire partie de Festi'Neuch et ainsi bénéficier d'une visibilité plus ample. Ce projet, c'est notamment l'occasion d'exposer des artistes du Canton ou des alentours, de leur donner une notoriété et montrer à la population des personnes talentueuses.

Avantages :

- Une manière innovante d'habiter l'espace
- Une véritable vitrine pour les artistes
- Accessible à tous gratuitement
- La possibilité d'inclure différents types d'art dans une seule structure
- Une galerie ludique qui s'adresse à un large public

Inconvénients :

- Susceptible d'être dégradée à cause du libre accès jour et nuit
- Il faut trouver des techniques afin que la galerie et les œuvres résistent aux intempéries
- Nécessite le mandat de plusieurs artistes

6.4. Suggestion n°4 : de l'art urbain dans les arbres

L'idée générale serait de mettre en valeurs plusieurs arbres de la Ville afin de porter l'attention sur la végétation. C'est une façon de faire passer un message et de montrer un certain engagement envers l'environnement. En outre, cela ferait office d'un support artistique original. La technologie, et plus précisément le multimédia, serait une manière intéressante pour appréhender le concept. Cette proposition est inspirée du projet « Cité Mémoire » à Montréal.

Un des points forts de cette proposition de projet, c'est qu'il permet d'animer plusieurs endroits de la Ville et traiter différents thèmes. La Ville de Neuchâtel est abondamment arborisée. Dès lors, nombreuses sont les possibilités. Dans l'intention de toucher un large public, des arbres pourraient par exemple être animés dans le jardin Anglais, vers le Château, à l'esplanade Léopold-Robert ainsi qu'au parc de la gare. De cette façon, la dynamique des œuvres couvrirait différentes parties de la Ville. Par ailleurs, chacun des arbres pourraient être animé différemment sur des thèmes qui rappellent l'histoire de la Ville, sa culture et ses symboles, comme à nouveau l'horlogerie, le temps de la Belle Époque, l'absinthe ou encore des neuchâtelois célèbres.

Sous forme d'images ou de petits films, les différents thèmes cités ci-dessus seraient alors projetés dans les arbres une fois la nuit tombée. Parmi les projections, on peut imaginer une montre ou une horloge qui indique l'heure, un film qui montre des personnages de la Belle Époque, un portrait de Monsieur Jean Piaget ou encore de Monsieur Friedrich Dürrenmatt, qui étaient tous deux des personnes célèbres. Toutefois, les projections dans les arbres ne sont pas réalisables toute l'année, du fait qu'il est nécessaire que les arbres aient des feuilles. Autrement, la projection risque de ne pas être de qualité. Une fois encore, au travers de cet art urbain végétal, les visiteurs se promenant de nuit dans la Ville auraient l'occasion d'être surpris par ces animations dans les arbres et par la même occasion, de s'arrêter et d'observer.

Avantages :

- Animation de plusieurs lieux
- Large choix de thèmes à aborder
- Œuvres dynamiques
- Support original

Inconvénients :

- Visible uniquement de nuit
- Dépendance de la saison d'été lorsque les arbres ont des feuilles
- La difficulté de mettre en scène un thème

6.5. Suggestion n°5 : décorations urbaines à la rue des Moulins

Les participants à l'enquête ont classé les décorations urbaines au deuxième rang de leur type d'art urbain préféré, après les installations. Malgré le fait que la Ville s'investisse déjà actuellement dans la décoration urbaine, notamment à la rue des Chavannes, voici une proposition différente dans un autre lieu. Comme nous l'avons vu dans la partie 2.1 des stratégies touristiques actuelles de la Ville de Neuchâtel, Tourisme neuchâtelois mise beaucoup sur l'activité phare du moment « Neuchâtel à la Belle Époque ». Pour rappel, cette période de la fin du 18^{ème} siècle, début 19^{ème} siècle, représente une période joviale, mais aussi de plein-emploi et de gros progrès techniques. En architecture, cette période est marquée

d'éclectisme multiculturel entre autres, c'est-à-dire un mélange de styles et d'époques dans une seule œuvre.

Cette dernière proposition pourrait être assimilée à un prolongement de l'offre existante « Neuchâtel à la Belle Époque ». En effet, l'idée serait de décorer la rue des Moulins en y suspendant des luminaires typiques de la période de la Belle Époque. En installant une centaine de plafonniers et de lustres de styles différents à un câble au-dessus du sol, cela pourrait plonger encore un peu plus les participants dans l'activité et les visiteurs dans l'ambiance de cette période atypique. D'autre part, la rue des Moulins se prête idéalement à ce type de décoration urbaine, de par l'étroitesse de la rue et sa position centrale au sein de la zone piétonne de la Ville. La rue des Moulins se situe en parallèle de la rue du Seyon. C'est une rue commerçante très empruntée qui rejoint la place des Halles. Afin d'instaurer une atmosphère chaleureuse, les luminaires pourraient être allumés en fin de journée.

Avantages :

- Prolonge l'offre « Neuchâtel à la Belle Époque »
- Entre dans les stratégies touristiques de la Ville
- Pas nécessaire de mandater un artiste

Inconvénients :

- Les difficultés techniques liées à la mise en place et l'illumination
- L'innovation est moindre
- Il y a déjà des décors urbains en été à la rue des Chavannes

Conclusion

L'enquête menée démontre qu'il existe un réel intérêt pour l'art urbain. Tout particulièrement pour des projets innovants et originaux sous formes d'installations, de décorations urbaines ou de détournement d'objets publics. De plus, comme nous l'avons vu au chapitre 3.4, plus d'un tiers des répondants, soit 36.6% des gens ont déjà choisi de se déplacer dans une destination en fonction de ce qu'elle propose en matière de *street art* et

d'art urbain. L'enquête a également permis de souligner que la majorité des personnes qui ont répondu au questionnaire (74 personnes sur 101) seraient prêtes à venir jusqu'à Neuchâtel pour découvrir des œuvres urbaines. C'est un résultat encourageant, sachant que la moitié des répondants n'habitent pas le Canton de Neuchâtel. Quant à l'entrevue avec l'artiste Benjamin Locatelli, elle a permis de révéler, qu'il y a un changement positif des mœurs par rapport à l'art de rue, que cet art est aujourd'hui monétisé de plusieurs manières et qu'il y a des avantages à incorporer de l'art dans une ville, notamment pour instaurer un climat agréable et attirer des habitants. Néanmoins, il y aurait plusieurs freins qui empêcherait le développement de l'art urbain en ville de Neuchâtel, comme expliqué dans la section 3.6.

Deux questions de recherches avaient été validées pour ce travail, elles sont les suivantes : « Quelle est la plus-value de l'art urbain pour la Ville de Neuchâtel ? » et « L'art urbain apporte-t-il touristiquement et pour les habitants de la Ville de Neuchâtel, une valeur ajoutée ? ». Pour y répondre, trois objectifs ont été formulés :

- Réaliser un état des lieux de ce qui a déjà été entrepris en matière d'art urbain dans la Ville de Neuchâtel.
- Étudier le marché afin de définir la demande, à la fois des locaux et des éventuels touristes, en matière de valorisation de la Ville par l'art urbain.
- Proposer des idées et des suggestions de mise en valeur de la Ville de Neuchâtel via l'art urbain.

Les trois objectifs du travail ont pu être atteints au travers de l'état des lieux, de l'enquête qualitative, de l'interview et des suggestions inspirées du benchmark. Néanmoins, il est nécessaire de prendre en compte quelques recommandations pour le développement de l'art urbain en Ville de Neuchâtel. Si de tels projets venaient à se concrétiser, il serait utile de mener une enquête plus approfondie afin de définir, si, sur le long terme, Neuchâtel pourrait éventuellement se projeter comme Ville artistique, avec une visibilité au-delà des frontières neuchâteloises. En effet, mon enquête a interrogé 101 personnes, ce qui constitue une très petite partie de la population et ce n'est donc pas représentatif de l'ensemble des habitants du Canton et des visiteurs potentiels. L'intérêt des visiteurs et des habitants est la raison d'être de projets d'art urbain, le but étant pour la Ville de trouver un USP et de se distinguer des autres villes de Suisse romande. En outre, les suggestions proposées dans ce travail ne sont

que des ébauches d'éventuels concepts qui pourraient s'inclure dans la Ville de Neuchâtel. Bien entendu, ces idées devraient faire l'objet de discussions et de négociations entre les acteurs concernés, notamment par rapport aux budgets, afin de mettre en place des projets aboutis.

Finalement, il est également important de prendre en considération les limites de ce travail. Tout d'abord, les comptes de la Ville ne détaille pas le budget qui est alloué spécifiquement à l'art urbain. Je n'ai pas non plus pu obtenir un état des lieux officiel. De plus, par manque de temps, les suggestions de projets ne sont pas budgétisées. Il aurait fallu demander des devis à des prestataires et des renseignements dans des villes impliquées artistiquement afin de fournir des concepts chiffrés. Ensuite, il y a une délimitation géographique. En effet, le travail s'est concentré sur la ville de Neuchâtel, alors qu'il pourrait y avoir une coalition avec d'autres villes ou villages du canton et ainsi généraliser le développement de l'art urbain en harmonie dans la région neuchâteloise. Une autre limite, temporelle, ne m'a malheureusement pas permis d'interviewer plusieurs personnes. Il aurait été intéressant d'avoir le point de vue de quelqu'un qui travaille au Département de la culture du Canton de Neuchâtel, ainsi que d'une personne qui travaille chez Tourisme neuchâtelois. L'Office du tourisme m'a fourni des informations par email, mais ont à mon plus grand regret, décliné la demande d'interview.

Pour conclure, bien que l'enquête recense de la positivité et de l'enthousiasme quant à la mise en valeur de Neuchâtel par de l'art urbain ce travail ne permet pas de déterminer dans quelles proportions de tels projets augmenteraient la fréquentation touristique, ni de déterminer les coûts qu'impliquent le déploiement de ces projets. C'est pourquoi, il serait primordial que les organismes compétents réalisent des enquêtes approfondies, ainsi que des plans stratégiques.

Références

Alarie, V. (2017). Cité Mémoire : les projections extérieures à voir à Montréal. *Chatelaine*.
Récupéré sur <https://fr.chatelaine.com/art-de-vivre/culture-art-de-vivre/cite-memoire-les-projections-exterieures-a-voir-a-montreal/#gallery/cite-memoire-les-projections-exterieures-a-voir-a-montreal/slide-1>

Alimentarium. (s.d.). La Fourchette. Récupéré sur <https://www.alimentarium.org/fr/la-fourchette>

Art urbain. (s.d.). In *Wikipédia*. Récupéré sur https://fr.wikipedia.org/wiki/Art_urbain

Arthur Vlog Street Art. (2018, 30 juillet). *A la recherche des origines du graffiti (et du tag) à New-York !* [vidéo]. Récupéré sur <https://www.youtube.com/watch?v=yKQwPk1xCHQ>

Ats. (2018). Une fresque à Genève rend hommage aux bénévoles en Méditerranée. *RTS*.
Récupéré sur <https://www.rts.ch/info/culture/arts-visuels/9850013-une-fresque-a-geneve-rend-hommage-aux-benevoles-en-mediterranee.html>

Baldini, A. (2016). Quand les murs de béton muets se transforment en un carnaval de la visibilité. *Cahiers de Narratologie*, 30. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/narratologie/7469>

Bazzanella, S. (2013). L'arbre de Flon-Ville illuminé. *Notrehistoire.ch*. Récupéré sur : <https://notrehistoire.ch/entries/QqNWjA778kr>

Belgique Wallonie. (s.d.). *The Passenger à Mons*. Récupéré sur <http://walloniebeliquetourisme.be/fr-be/content/passenger-a-mons>

Blanché, U. (2015). Qu'est-ce que le street art ? Essai et discussion des définitions. *Cahiers de Narratologie*, 29. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/narratologie/7397>

Cajeux, N. (2017). Biennale de Venise : ces mains gigantesques luttent contre le changement climatique. *ArcInfo*. Récupéré sur <https://www.arcinfo.ch/articles/lifestyle/sortir/biennale-de-venise-ces-mains-gigantesques-luttent-contre-le-changement-climatique-671288>

Cambron-Goulet, D. (2015). Luminothérapie : Montréal bascule dans l'hiver. *Métro*. Récupéré sur <https://journalmetro.com/actualites/montreal/887659/luminotherapie-montreal-basculer-dans-lhiver/>

Canal Alpha. (2016). *L'invité du journal : Tan Chen, sculpteur chinois*. Récupéré sur <http://www.canalalpha.ch/actu/invite-du-journal-tan-chen-sculpteur-chinois/>

Couret, M. (2014). *La production de l'œuvre publique d'art contemporain* (thèse de doctorat, Université Panthéon-Sorbonne Paris I). Récupéré sur HAL. (tel-01545886).

CPLN. (s.d.). *A propos*. Récupéré sur https://www.cpln.ch/#accueil_ formations

CSEM. (n.d.). *Mission, vision & strategy*. Récupéré sur <https://www.csem.ch/About/MissionVisionStrategy>

Echelman, J. (s.d.). *Portofolio*. Récupéré sur <https://www.echelman.com/#/178-beverly-hills/>

EPFL. (s.d.). *EPFL Neuchâtel*. Récupéré sur <https://www.epfl.ch/about/campus/fr/neuchatel/>

Fédération suisse du tourisme. (2019). *Le tourisme Suisse en chiffres 2018*. Récupéré sur https://www.stv-fst.ch/sites/default/files/2019-07/STiZ_2018_FR_Web.pdf

Frederick, E. (2016). *From the Museum to the Street: a Discussion of the Tensions that Arise When Street Art is Institutionalized* (these de master). Récupéré sur https://www.academia.edu/30929594/From_the_Museum_to_the_Street_A_Discussion_of_the_Tensions_that_Arise_When_Street_Art_is_Institutionalized_Evelyn_Frederick_Art_History_and_Museum_Curating_with_Photography

Gloor, L. & Henguely, M. (2019). Les bufflonnes de bronze feront leur retour à Neuchâtel.

Arcinfo. Récupéré sur <https://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/les-bufflonnes-de-bronze-feront-leur-retour-a-neuchatel-835818>

Gondeau, A. & Pondaven, F. (2018). Le street art, outil de valorisation territoriale et

touristique : l'exemple de la Galeria de Arte Urbana de Lisbonne. *EchoGéo*, 44. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/echogeo/15324>

Graffiti. (n.d.). In Wikipédia. Récupéré sur <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Graffiti>

Guenin, C. (2015). Le street art : de nouveaux principes ?. *Cahiers de Narratologie*, 29.

Récupéré sur <http://journals.openedition.org/narratologie/7396>

Guinard, P., Jacquot, S. & Kullmann, C. (2018). Les valorisations territoriales et touristiques

du street art. *EchoGéo*, 44. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/echogeo/15624>

Hagelstein, M. (2012). Art public – entre pratiques sauvages et commandes officielles. *Les Cahiers nouveaux*, 81, 92-98. Récupéré sur

https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/137130/1/Art%20public%20CN81_c3a2_hagelstein.pdf

Halle, H. (2019). The best outdoor art in NYC this summer. *Timeout*. Récupéré sur

<https://www.timeout.com/newyork/art/best-outdoor-art-in-nyc>

Haute école Arc. (s.d.). *La HE-ARC*. Récupéré sur <https://www.he-arc.ch/la-he-arc>

Invader. (n.d.). In Wikipédia. Récupéré sur [https://fr.wikipedia.org/wiki/Invader_\(artiste\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Invader_(artiste))

Hofer, P. (2017). Cette rue de Neuchâtel est fantastique. *ArcInfo*. Récupéré sur

<https://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/une-rue-fantastique-a-neuchatel-721598>

Hosmer, K. (2012). 600 Pairs of Old Shoes Walk Down Building. *My Modern Met*. Récupéré sur <https://mymodernmet.com/chiharu-shiota-breath-of-the-spirit/>

Huguelet, V. (2018). La rue des Chavannes en couleurs, une tradition. *ArcInfo*. Récupéré sur <https://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/neuchatel-la-rue-des-chavannes-a-ete-repeinte-751722>

Jacquot, S., Landes, O., Herszkowicz, E., JBC, Roblot, F., Cacouault, D., & Thom Thom. (2018). Les métiers de la territorialisation du street art : de l'intermédiation à la valorisation. *EchoGéo*, 44. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/echogeo/15533>

Jura & Trois-Lacs. (s.d.). *Neuchâtel Belle époque*. Récupéré sur <https://www.j3l.ch/fr/Z10816/neuchatel-belle-epoque>

Jura & Trois-Lacs. (s.d.). *Ville Neuchâtel*. Récupéré sur <https://www.j3l.ch/fr/Z10771/neuchatel>

Jura & Trois-Lacs. (2018). *Tourisme neuchâtelois rapport d'activité 2018*. Récupéré sur <https://static.mycity.travel/manage/uploads/8/58/102156/1/rapport-d-exercice-2018.pdf>

Kozsilovics, V. (2014). Le street art est mort, place à l'art urbain contemporain !. *Observatoire de l'art contemporain*. Récupéré sur http://www.observatoire-art-contemporain.com/revue_decryptage/analyse_a_decoder.php?id=20120555

Kullmann, C. (2015). De l'exposition de la Tour Paris 13 au concept de Musée à ciel ouvert. *Téoros*, 34, 1-2. Récupéré sur <https://journals.openedition.org/teoros/2776>

Land art. (s.d.). In *L'internaute*. Récupéré sur <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/land-art/>

Landes, O. (2015). Street art et projet urbain, une mise en valeur croisée dans la ville en transition. *Cahiers de Narratologie*, 29. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/narratologie/7401>

L.G.L. (2019). Neuchâtel : Les Chavannes, on dirait le sud !. *ArcInfo*. Récupéré sur <https://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/neuchatel-le-linge-des-chavannes-seduit-les-flaneurs-855137>

L.G.L. (2016). Une nouvelle fresque au centre-ville de Neuchâtel. *ArcInfo*. Récupéré sur <https://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/une-nouvelle-fresque-au-centre-ville-de-neuchatel-550349>

Marin, L. (2013). *Bloom by Sam Spenser – Umbrella Tree*. Récupéré sur <https://lucianamarin.com/2013/12/18/bloom-by-sam-spenser-umbrella-tree/>

Microcity. (s.d.). *Mission et vision*. Récupéré sur <https://www.microcity.ch/microcity-sa/mission-et-vision>

Montréal. (s.d.). *Galerie Blanc*. Récupéré sur <https://www.mtl.org/fr/quoi-faire/patrimoine-et-architecture/galerie-blanc-montreal>

M.W.I. (2017). Un parfum de Belle Époque à Neuchâtel. *RTN*. Récupéré sur <https://www.rtn.ch/rtn/Actualite/Region/20170511-Un-parfum-de-Belle-Epoque-a-Neuchatel.html>

Neuchâtel. (s.d.). In *Wikipédia*. Récupéré sur <https://fr.wikipedia.org/wiki/Neuchâtel>

Pringuet, V. (2017). *Vers un atlas de l'art dans l'espace public : la modélisation d'un Musée réticulaire* (thèse de doctorat, Université Rennes 2). Récupéré sur HAL (tel-01457805)

Public Delivery. (2018). *Filthy Luker – The best of his giant green tentacles*. Récupéré sur <https://publicdelivery.org/filthy-luker-art-attacks/>

Réseau Arts3. (s.d.). *La définition du street art*. Récupéré sur <https://www.le-street-art.com/definition.html>

Réseau Veille Tourisme. (2009). Quand l'art descend dans la rue et fait tourner les têtes !. *Réseau de veille en tourisme*. Récupéré sur <https://veilletourisme.ca/2009/03/02/quand-lart-descend-dans-la-rue-et-fait-tourner-les-tetes/>

RTN. (2019). *Un 30^e réussi pour le Buskers*. Récupéré sur <https://www.rtn.ch/rtn/Actualite/Region/20190818-Un-30e-reussi-pour-le-Buskers.html>

SAH. (2019). Le jeu « Les Chenapans » fait peau neuve à Neuchâtel. *ArcInfo*. Récupéré sur <https://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/le-jeu-les-chenapans-fait-peau-neuve-en-ville-844471?image=3>

Spadafora, M.-J. (2012). Artist colors trees blue to draw attention to deforestation problem. *The Seattle Times*. Récupéré sur <https://www.seattletimes.com/seattle-news/artist-colors-trees-blue-to-draw-attention-to-deforestation-problem/>

Streetarttpe. (s.d.). *Les différents styles de street art*. Récupéré sur <http://streetarttpe.e-monsite.com/pages/les-differents-style-de-street-art/>

Tag. (s. d.). In *Larousse*. Récupéré sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tag/76404>

Tape art. (s.d.). In *Wikipédia*. Récupéré sur https://fr.wikipedia.org/wiki/Tape_art

Thiburce, J. (2017). Paye ton musée ! Street art et (re)médiation culturelle en milieu urbain. *Ocula*, 18

Université de Neuchâtel. (s.d.). *L'UniNe en quelques chiffres*. Récupéré sur <https://www.unine.ch/unine/home/luniversite/portrait/en-chiffres.html>

Ville de Neuchâtel. (s.d.). *Les animaux de Rivalta*. Récupéré sur <https://www.neuchatelville.ch/fr/sortir-et-decouvrir/culture/les-animaux-de-rivalta/>

Ville de Neuchâtel. (s.d.). *Programme des 40 ans en un coup d'œil*. Récupéré sur <https://www.neuchatelville.ch/fr/sortir-et-decouvrir/zone-pietonne-40-ans/programme-des-40-ans/#panel-4623-2>

Ville de Neuchâtel. (2018). *Rapport du Conseil communal au Conseil général concernant le budget 2019*. Récupéré sur https://www.neuchatelville.ch/fileadmin/sites/ne_ville/fichiers/votre_commune/Comptes_et_budgets/Budget-2019.pdf

Ville de Neuchâtel. (2019). *Rapport du Conseil communal au Conseil général concernant le budget 2020*. Récupéré sur https://www.neuchatelville.ch/fileadmin/sites/ne_ville/fichiers/votre_commune/Comptes_et_budgets/BUDGET-2020-SITE.pdf

Visit California. (s.d.). *Musées de L.A.* Récupéré sur <https://www.visitcalifornia.com/fr/attraction/musees-de-la>

Visit Marrakech. (s.d.). *Jardin des Arts*. Récupéré sur <https://visitmarrakech.ma/decouvrir-marrakech/jardins/jardin-des-arts>

Visit Stockholm. (s.d.). *The art of the subway*. Récupéré sur <https://www.visitstockholm.com/art-in-the-subway/stations/>

Watts, J. (2013). Artist found dead on Rio mosaic staircase he spent 20 years creating. *The Guardian*. Récupéré sur <https://www.theguardian.com/world/2013/jan/10/artist-found-dead-rio-mosaic>

Weber, B. (2015). Le Millénaire a son banc géant. *ArcInfo*. Récupéré sur <https://www.arcinfo.ch/articles/regions/neuchatel-et-littoral/le-millenaire-a-son-banc-geant-216065>

White, A. (2018). From Primitive to Integral: The Evolution of Graffiti Art. *Journal of Conscious Evolution*, Vol. 11. : Iss 11., Article 1. Récupéré sur <https://digitalcommons.ciis.edu/cejournal/vol11/iss11/1>

Yang, C. (2014). *Graffiti et street art. Etude des discours histographiques et de la critique esthétique d'une forme sociale de modernité visuelle* (thèse de doctorat, Université de Grenoble). Récupéré sur HAL (tel-01168748)

Yoo, A. (2012). Sydney's Canopy of Birdcages suspended in Mid-Air. *My Modern Met*. Récupéré sur <https://mymodernmet.com/michael-thomas-hill-forgotten-songs/>

Young, J. (2014). Un hommage impressionnant à la Tour de Londres. *L'envolée culturelle*. Récupéré sur <http://www.lenvoleeculturelle.fr/un-hommage-impressionnant-a-la-tour-de-londres/>