

GREEN STREET ART : UNE RÉCONCILIATION ENTRE LE BÉTON ET LA NATURE ENVIRONNANTE



Module : 795 Travail de Bachelor

Filière de formation : Tourisme (HEG)

Étudiant : Helena Guerrini

Professeur : Jean-Christophe Loubier

Date de dépôt : 15 mai 2023

Source de l'illustration de la page de titre

Street Art by Xanoy – Green Smile. (2020, 9 septembre). STREET ART UTOPIA. <https://streetartutopia.com/2020/09/09/street-art-by-xanoy-green-smile/>

Résumé exécutif

Introduction – Le Green Street Art fait partie de l'art urbain et se caractérise par l'intégration d'éléments naturels dans les œuvres, tout en sensibilisant de manière ludique à la cause environnementale. En Suisse, l'expansion urbaine et l'augmentation d'une surface bétonnée, met en évidence la nécessité de créer un environnement bâti tout en favorisant la végétalisation. En parallèle, l'évolution croissante du tourisme urbain offre une opportunité de développer des espaces urbains attractifs pour les visiteurs et ses habitants. L'étude explore les dimensions sociales, économiques et environnementales du Green Street Art afin de déterminer les avantages et les défis potentiels. L'objectif est de proposer des recommandations stratégiques de mise en œuvre pour contribuer à l'amélioration de l'environnement bâti en renforçant l'attractivité culturelle et la prise de conscience écologique.

Revue de littérature – La recherche analyse le contexte urbain en Suisse sous différents aspects. Aujourd'hui, le lien entre le Street Art et le tourisme est incontestable. L'image du territoire est influencée par ces créations artistiques qui illustrent la culture locale. L'art suisse suscite certains débats en raison de divers facteurs sociaux, politiques et de l'influence étrangère. La source de cette réflexion est complexifiée par la diversité des cantons et des cultures régionales. En Suisse, il existe certains projets d'art urbain, toutefois, un retard est constaté dans le développement de cette forme d'expression. Le monde du graffiti présente un paradoxe : il peut être perçu comme du vandalisme ou de la pollution visuelle, mais également comme un art qui embellit l'espace. La virtuosité des graffitis dépend principalement de trois facteurs : l'emplacement, l'époque et la perception individuelle. De l'autre côté, l'étude explore les différentes formes artistiques qui assimilent la nature et l'art. Il existe d'autres techniques, comme l'art environnemental, le design végétal, la représentation de la nature ou encore l'utilisation de matériaux écologiques. Le Green Street Art, intitulé l'art urbain écologique, est pratiqué de deux manières : l'intégration de plantes dans les œuvres ou la réalisation de graffitis en mousse végétale. Certains artistes cherchent à transmettre un message sur le respect de la nature, tandis que d'autres s'inspirent sans objectif précis. Une étude prouve qu'une illustration visuelle de la nature peut améliorer la productivité en soulignant l'impact positif d'une simple représentation de la nature sur le public.

Résultats et interprétation – À titre d'illustration, la Comuna 13 à Medellín, en Colombie a apporté des éléments d'analyse. Grâce à l'art urbain, ce quartier a connu une transformation en passant d'un lieu marqué par la violence à une destination touristique. Deux artistes colombiens sont interrogés afin d'étudier l'influence du Street Art dans ce processus d'évolution. De l'autre côté en Suisse, trois artistes et trois responsables municipaux de

différentes villes sont questionnés afin d'obtenir deux types de perspectives quant à la thématique. La vision de l'art urbain, les préoccupations actuelles et la relation entre l'art, la nature et l'environnement bâti sont les trois principaux sujets identifiés. L'art urbain, accessible à tous, possède le potentiel de toucher un large public et de transmettre des messages, permettant ainsi de sensibiliser aux questions éthiques et sociales. Aujourd'hui, le Street Art devient un élément lié à la vente, où les marques l'utilisent pour se diversifier, qui se traduit par une réappropriation d'un art à caractère contestataire, à des fins commerciales. Nonobstant, la perception de l'art est subjective et propre à chaque individu. L'émotion joue un rôle important, permettant une compréhension et une appréciation plus profondes de l'œuvre. Le façonnement du territoire suscite une préoccupation croissante, où l'art urbain peut jouer un rôle majeur dans l'embellissement des espaces urbains, transformant ainsi le paysage en un élément clé de l'identité urbaine. Les artistes, étant habitués à s'adapter à divers contextes, permettent de suggérer que le Green Street Art est réalisable sur le plan technique, même si l'intégration d'éléments naturels n'est pas une pratique courante. De manière générale, les participants ne connaissaient pas ce concept. En termes de biodiversité, le Green Street Art ou l'utilisation de matériaux écologiques n'est pas l'une des principales solutions. Toutefois, la prise de conscience du public, quant à la beauté de la nature, permet de créer un dialogue qui vise à changer certains comportements de manière significative. Le caractère éphémère de ces œuvres reflète la réalité, tout en invitant le spectateur à la réflexion sur notre propre relation avec la nature et le temps qui s'écoule.

Recommandations managériales – L'expérience esthétique est liée à l'émotion ressentie par le spectateur face à une œuvre. Par ce biais, la plupart des touristes s'intéressent à l'histoire et à la culture de l'endroit visité. Afin d'établir un lien émotionnel avec l'environnement, il est nécessaire de créer une expérience. Dans les projets de Green Street Art, il est nécessaire de considérer, d'intégrer et de mettre en valeur le paysage en créant une harmonie. Il convient de s'assurer que ces créations respectent les règles locales et qu'elles tiennent compte des sensibilités culturelles, éthiques et sociales de la communauté locale. L'intégration du Green Street Art dans la stratégie de marque territoriale d'un lieu permet de valoriser leur territoire en proposant des expériences originales. Il ne s'agit pas de vendre un produit à des fins commerciales, mais d'aller à la rencontre du public afin de créer un dialogue en faisant preuve de transparence. Les artistes peuvent utiliser leurs œuvres pour transmettre des propos, faire réfléchir et amener les gens à agir en faveur d'un changement positif dans leur communauté tout en créant un partage. La Suisse se distingue par des particularités propres à chaque région, c'est ce qui contribue à son charme et à son identité : sa diversité culturelle.

Mots clés : Art écologique urbain – Green Street Art – Art et nature – Culture du bâti – Zones urbaines – Environnement esthétique – Prise de conscience – Attractif – Ludique – Environnement bâti

Avant-propos et remerciements

Issue d'une famille d'artistes, j'ai été baignée dans ce milieu-là depuis ma jeunesse. J'ai toujours eu une grande habileté manuelle dans plusieurs domaines, tels que la cuisine, la poterie, la couture et le dessin. Malheureusement, j'ai cessé de pratiquer ces activités en raison d'un manque de temps et d'autres priorités qui sont survenues. Mon objectif était de renouer avec mes racines artistiques, c'est l'une des raisons pour laquelle j'ai choisi de traiter cette thématique. Ayant grandi près de la nature, celle-ci a toujours été une source d'inspiration et d'évasion pour me ressourcer. Ainsi, en cherchant à combiner ces deux éléments, j'ai découvert le concept du Green Street Art, qui m'a tout de suite interpellé. J'ai alors compris qu'il était possible d'associer l'art et la nature pour offrir une solution innovante qui puisse susciter l'intérêt d'un large public.

Par ailleurs, lors d'un voyage en Colombie, j'ai eu la chance d'explorer l'utilisation de l'art urbain dans différents contextes. La Comuna 13, à Medellín, est un exemple concret de l'utilisation du Street Art pour rassembler les éléments culturels, artistiques et touristiques. J'ai eu l'opportunité de l'observer directement sur le terrain et de découvrir son histoire particulière. Cette expérience m'a permis de contempler l'art urbain sous un nouveau regard et d'aborder cette thématique en y intégrant d'autres aspects qui enrichissent ce travail dans son ensemble.

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail. Tout d'abord, je tiens à exprimer ma reconnaissance envers ma famille et mes amis pour leur soutien et leur encouragement. Par la suite, je tiens à remercier, mon professeur, Monsieur Jean-Christophe Loubier, pour son accompagnement, ses conseils avisés et son écoute attentive. Tout au long de ce travail, il m'a apporté des connaissances méthodologiques et pratiques.

Je tiens à exprimer également ma profonde gratitude envers tous les professionnels qui ont été interrogés, dont l'artiste Amsted, l'artiste Jazi, l'artiste CRBZ, l'artiste Jomag, l'artiste JJU, ainsi que M. Philippe Varone, Mme Marie-Eve Knoerle, Mme Fanny Allienne et M. Yves Lachavanne. Leurs précieuses connaissances, leur expertise et leur temps ont été des éléments clés quant à la réalisation de ce travail. Leurs points de vue distincts et complémentaires ont permis d'obtenir une perspective plus large et plus éclairée de leurs professions respectives.

Table des matières

1. INTRODUCTION	1
2. Le contexte urbain et son environnement bâti	3
3. Contexte historique : L'art suisse ou l'art en Suisse ?	5
3.1. Les prémices de l'art urbain	6
4. REVUE DE LITTÉRATURE	8
4.1. Le tourisme urbain, un marché en pleine évolution	9
4.1.1. <i>L'importance de l'art urbain dans le tourisme</i>	10
4.1.2. <i>La place des activités artistiques</i>	10
4.2. Le système politique urbain et les stratégies de planification	11
4.2.1. <i>Les politiques liées aux graffitis</i>	12
4.3. Influence des politiques publiques : vandalisme ou art ?	12
4.4. L'art et la nature : un art végétal	13
4.4.1. <i>L'art environnemental, « Land Art »</i>	14
4.4.2. <i>Le Green Street Art</i>	14
4.4.3. <i>Le design végétal</i>	15
4.4.4. <i>Le mouvement « Guerrilla Gardening »</i>	16
4.5. Les particularités du « Green Street Art »	17
4.5.1. <i>Incorporer des éléments de la nature</i>	17
4.5.2. <i>Le graffiti en mousse, « Moss Graffiti »</i>	18
4.6. Quelques formes d'art urbain liée à l'écologie.....	19
4.6.1. <i>La représentation de la nature</i>	19
4.6.2. <i>Eco-graffitis : des matériaux respectueux de l'environnement</i>	21
4.6.3. <i>Reverse graffiti, clean graffiti</i>	21
4.7. Développement des aspects économiques, sociaux et culturels	22
4.7.1. <i>Lien du concept au territoire Suisse : vers une esthétique environnementale</i>	23
4.7.2. <i>La notion de « Ville créative »</i>	23
5. QUESTION DE RECHERCHE & OBJECTIFS	24
5.1. Question de recherche	24
5.2. Objectifs de l'étude	24
6. MÉTHODOLOGIE	25
6.1. Stratégie de recherche	26
6.2. Étape 1 : Recueil de l'information	26
6.2.1. <i>Grille d'entretien</i>	28
6.3. Étape 2 : Traitement de l'information	28
6.4. Étape 3 : Analyse de l'information	29
7. DESCRIPTION DES DONNÉES RÉCOLTÉES	29
7.1. Mise en contexte : le cas de la Comuna 13 à Medellín, Colombie	29
7.1.1. <i>Observations sur le terrain</i>	31
7.2. Profil des répondants	32

7.3.	Présentation et analyse des résultats.....	34
7.3.1.	<i>Thème 1 : La vision du monde de l'art urbain</i>	34
7.3.2.	<i>Thème 2 : La relation entre l'art, la nature et l'environnement bâti</i>	36
7.3.3.	<i>Thème 3 : Les préoccupations actuelles</i>	38
8.	DISCUSSION & INTERPRÉTATION DES DONNÉES.....	39
8.1.	Les principes éthiques du Street Art.....	39
8.1.1.	<i>La fonction de l'esthétique : au-delà de l'apparence</i>	41
8.2.	Artistes colombiens versus suisses : différences ou similitudes ?	42
8.2.1.	<i>Le tourisme dans la Comuna 13</i>	44
8.3.	Relation avec le domaine public.....	46
8.3.1.	<i>L'utilisation du Street Art à des fins commerciales</i>	47
8.4.	Perspectives d'intégration du Green Street Art	50
8.4.1.	<i>L'éphémère de l'art et la nature</i>	54
9.	Recommandations	56
9.1.	Création d'une expérience esthétique	56
9.1.1.	<i>Penser au-delà des murs : l'importance d'une harmonie !</i>	57
9.1.2.	<i>La mise en lumière de la nature environnante</i>	58
9.1.	Le Green Street Art au service de la promotion territoriale.....	59
9.1.1.	<i>Utilisation du concept de manière responsable</i>	60
9.1.2.	<i>Une collaboration transparente</i>	61
9.1.3.	<i>La richesse des zones urbaines : la diversité culturelle !</i>	62
9.2.	Les potentiels obstacles dans la création de projets	63
9.3.	Limites & perspectives de l'étude	65
10.	Conclusion :	67
11.	Références.....	68
12.	Déclaration de l'auteure	79

Liste des tableaux

Tableau 1 : Récapitulatif et informations générales de l'étude 27

Tableau 2 : Synthétisation des entretiens sur le thème 1..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 3 : Synthétisation des entretiens sur le thème 2..... Erreur ! Signet non défini.

Tableau 4 : Synthétisation des entretiens sur le thème 3..... Erreur ! Signet non défini.

Liste des figures

Figure 1 : Les agglomérations de la Suisse en 2021	3
Figure 2 : L'œuvre « Radium » de l'artiste SHOK-1	7
Figure 3 : La réhabilitation des armoires électriques.....	8
Figure 4 : La part des nuitées par zone en 2019	9
Figure 5 : Pratique d'activités culturelles en amateur 2014.....	11
Figure 6: Exposition « Ice Watch » par Olafur Eliasson.....	14
Figure 7 : Œuvre de Green Street Art par l'artiste Fabio Gomes	15
Figure 8 : Mur végétalisé.....	16
Figure 9 : La guérilla jardinière dans un centre urbain	17
Figure 10 : Œuvre de Green Street Art par l'artiste Vinie.....	18
Figure 11 : Caricatures de graffitis en mousse végétale	19
Figure 12 : Fresque « Pissenlit » en Suède par l'artiste Mona Caron.....	20
Figure 13 : Œuvre de graffiti à l'envers par l'artiste Paul Curtis alias Moose.....	22
Figure 14 : Fresque murale de l'opération Orion – Comuna 13	30
Figure 15 : Photographie d'œuvres tridimensionnelles dans un restaurant – San Andrés	32
Figure 16 : Schéma du processus de communication selon le modèle de Schramm	40
Figure 17 : Schéma du modèle S-O-R.....	42
Figure 18 : Impressions d'œuvres d'art dans un magasin – Comuna 13.....	48
Figure 19 : Photographie d'affiches publicitaires – Lausanne.....	49
Figure 20 : Photographie de logos de marques associés à des éléments végétaux.....	50
Figure 21 : Œuvres d'art en boue par l'artiste Yusuke Asai	55
Figure 22 : Photographie du musée d'art et d'histoire – Plainpalais, Genève.....	58
Figure 23 : Photographie de graffitis – Genève	59

Liste des abréviations

AC :	Artiste colombien
ARE :	Office fédéral du développement territorial
ARTE :	Association relative à la télévision européenne
AS :	Artiste suisse
CAP :	Comandos Armados del Pueblo / Commandos armés du peuple
CPS :	Conception du paysage suisse
COFOP :	Centre d'orientation et de formation professionnelles
CO² :	Dioxyde de carbone
ELN :	Ejército de Liberación Nacional / Armée de libération nationale
FARC :	Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia / Forces armées révolutionnaires de Colombie
IREC :	Institut de recherche en économie contemporaine
KOF :	Konjunkturforschungsstelle / Centre des recherches conjoncturelles (ZH)
LAT :	Loi sur l'aménagement du territoire
LDA :	Loi sur le droit d'auteur
LPE :	Loi sur la protection de l'environnement
OFC :	Office fédéral de la culture
OFEV :	Office fédéral de l'environnement
OFS :	Office fédéral de la statistique
RM :	Responsable municipal
RTS :	Radio Télévision Suisse

Glossaire

- Agglomération :** « *Concentration d'habitations, ville ou village.* » – (Le Robert, s. d.)
- Aménagement du territoire :** « *Politique consistant à rechercher, dans le cadre géographique national, la meilleure répartition des activités économiques en fonction des ressources naturelles et humaines.* » – (Larousse, s. d.-a)
- Culture du bâti :** « *Les êtres humains agissent sur l'espace et l'aménagent dans toute sa diversité. La culture du bâti en est une manifestation. Elle comprend des bâtiments et des paysages, des monuments historiques et des sites construits, des rues et des places, des ponts et des jardins ainsi que des villages et des villes. Les processus d'aménagement et de construction appartiennent aussi à la culture du bâti.* » – (Office fédéral de la culture [OFC], s. d.)
- Fresque :** « *Grande peinture murale de technique quelconque.* » – (Larousse, s. d.-b)
- Pochoir :** « *Plaque à motif découpé sur laquelle on passe de la peinture pour répéter des dessins, des inscriptions.* » – (Le Robert, s. d.-b)
- Urbanisation :** « *Phénomène démographique se traduisant par une tendance à la concentration de la population dans les villes.* » – (Larousse, s. d.-c)

1. INTRODUCTION

Le Green Street Art est une catégorie de l'art urbain dans laquelle des éléments naturels sont incorporés aux œuvres tout en sensibilisant à la cause environnementale de manière ludique. Après avoir examiné le contexte urbain et artistique, plusieurs problématiques ont été identifiées. La première concerne l'urbanisation croissante et l'augmentation d'une surface bétonnée, ce qui nécessite la création d'un environnement bâti de qualité et de la végétalisation. La seconde problématique est plutôt liée à un aspect culturel. En raison de sa situation géopolitique, la Suisse est sous l'influence de diverses cultures étrangères. Bien qu'elle possède tout de même des éléments culturels authentiques qui permettent de la démarquer, elle peut parfois sembler dépourvue d'une identité propre et distincte dans ce domaine. Par ailleurs, il convient également de considérer que l'art urbain fait souvent l'objet d'un débat sur sa valeur artistique versus sa pollution visuelle. Soucieuses de son territoire, les autorités suisses se battent continuellement avec les tagueurs de rue, qui réalisent des graffitis de manière illégale (Mise au Point, 2017).

L'art urbain écologique est un concept moderne qui n'est pas encore très connu du grand public. La recherche consiste ainsi à définir de manière plus détaillée le Green Street Art et à explorer ce qu'il implique en faisant un lien parallèle avec le Street Art, en raison du manque d'information due à sa nouveauté. Cette étude aborde les implications sociales, économiques et environnementales du Green Street Art, en évaluant les avantages et les défis potentiels. Cette analyse permet d'élaborer de manière stratégique les conditions nécessaires à la réussite de projets de Green Street Art en Suisse, tout en tenant compte des acteurs clés impliqués.

Afin de mener à bien cette étude, il est important d'approfondir les connaissances en la matière en commençant par une recherche documentaire pour acquérir une base solide. De cette manière, la revue de littérature permet d'identifier et de cibler les différentes thématiques pour l'enquête qualitative. Pour ce faire, des entretiens semi-dirigés sont menés avec des représentants municipaux des zones urbaines en Suisse et des artistes afin d'analyser les diverses perspectives entre ces acteurs. Premièrement, des artistes d'origine suisse et d'autres d'origine colombienne sont interrogés. Ces derniers sont des artistes qui proviennent d'un quartier, appelé la Comuna 13, à Medellín en Colombie. Initialement connu comme étant un haut lieu de violence, aujourd'hui, les choses ont considérablement changé. Des visites, centrées sur les graffitis, sont organisées contribuant ainsi à l'essor du tourisme (Naef & Modoianu, 2023). À travers la comparaison entre les artistes suisses et colombiens, il est

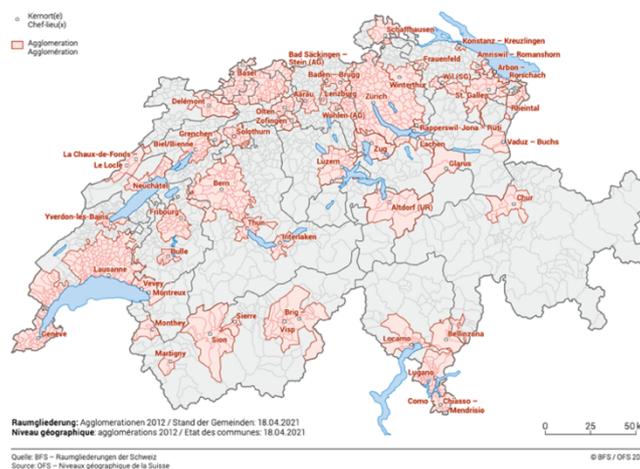
possible d'évaluer les différences et les similitudes de la pratique de l'art urbain dans deux contextes distincts. De cette façon, il est possible de saisir davantage les enjeux culturels, sociaux et économiques qui influencent la pratique de l'art urbain dans ces deux pays tout en intégrant le point de vue écologique. Par la suite, les perspectives des représentants municipaux sont analysées afin de mieux comprendre l'opinion des politiques publiques en matière d'art urbain. L'objectif est d'identifier les potentiels obstacles et la proposition de quelques solutions stratégiques quant à la mise en place de projets de Green Street Art dans différents contextes urbains afin d'encourager l'utilisation de formes artistiques innovantes et durables.

2. Le contexte urbain et son environnement bâti

La Suisse a un caractère urbain, c'est-à-dire que les trois quarts de la population résident dans les agglomérations (Rausa, 2015). En 2020, près de 60 % des habitants se concentrent dans six cantons : Zurich, Berne, Vaud, Argovie, Saint-Gall et Genève (Rausa, 2022).

Entre 1985 et 2018, les surfaces bâties se sont intensifiées de près d'un tiers (31 %, soit 776 km²) au détriment des zones agricoles (Office fédéral de l'environnement [OFEV], 2022). En d'autres termes, les zones bâties ont augmenté plus rapidement que la population (Kaufmann, 2012). Par ailleurs, les villages de campagne se sont également transformés en zones résidentielles, entraînant ainsi une suburbanisation aux dépens des terres arables. Ce développement a été soutenu par les infrastructures de transports, la planification urbaine et l'aménagement du territoire (Office fédéral de la culture [OFC], 2020). On peut également citer les différents enjeux actuels, tels que la mondialisation, la transformation technologique, le changement climatique ou encore l'évolution démographique, qui ont accéléré le processus de la transition urbaine.

Figure 1 : Les agglomérations de la Suisse en 2021



Source : Keller, 2022

La ville de Genève est l'un des centres urbains ayant la densité de population la plus élevée en comptant 128 personnes par hectare. Le graphique permet d'identifier les principales agglomérations suisses en 2021 (Keller, 2022). On remarque qu'elles se situent particulièrement sur le Plateau suisse et qu'elles ne sont pas réparties sur le territoire suisse. En effet, il existe de nombreuses disparités entre les cantons, c'est-à-dire entre les zones urbaines et rurales. Afin de réduire ces disparités, la Confédération a mis en place certaines politiques régionales qui permettent de contribuer au développement des zones périphériques

en évitant l'exode rural. L'exode rural est un phénomène qui entraîne un dépeuplement des régions périphériques et donc la concentration des habitants dans un seul endroit ; les villes.

Ainsi, de plus en plus, les paysages urbains ont l'inquiétude de se verdier le plus possible à travers certaines démarches politiques qui intègrent la nature au milieu bâti. Les autorités se veulent en adéquation avec les préoccupations écologiques de développement durable qui se traduisent par une transformation en villes propres (*Green Street Art, Développement durable & Ayurvéda : une approche philosophique de la Nature*, 2021).

La culture du bâti permet d'exprimer la culture à travers le "construit". Elle englobe toutes les actions qui modifient l'environnement et les espaces dans lesquels la population vit (*Culture du bâti*, 2022). Plus précisément, il inclut toutes formes de bâti qui se reflètent par des activités culturelles d'intérêt public. L'intégration d'une culture du bâti de qualité encourage la société à être plus soucieuse aux questions durables et à créer des bâtiments qui conservent leur valeur sur le long terme. De plus, elle favorise les espaces verts, renforce les traditions régionales et facilite la gestion de l'utilisation des sols et des ressources (Ziegler, s. d.).

La Suisse possède une culture du bâti de qualité qui joue un rôle essentiel dans son identité territoriale. Depuis 1886, la Confédération soutient la conservation des sites historiques. La protection de son patrimoine occupe une place importante aux yeux de la société tout comme la conservation de la nature, des paysages et des espaces. Néanmoins, bien que les zones rurales représentent un modèle idéal pour y vivre, la majorité de la population habite dans un milieu urbain (Office fédéral de la culture [OFC], 2020). L'un des principaux enjeux dans le domaine du bâti, c'est qu'une grande majorité des personnes ignorent la valeur culturelle des espaces et les différentes façons de l'aménager. Il devient donc nécessaire de les sensibiliser afin d'instaurer des processus participatifs qui améliorent les espaces de vies et qui renforcent la cohésion sociale.

Selon l'Office fédéral de la Culture, il est important de souligner que la Suisse est victime d'une « banalisation » de sa culture du bâti. De plus en plus, les projets de constructions doivent être accélérés et prennent en considération uniquement les impératifs techniques et les rendements à court terme. C'est la raison pour laquelle l'architecture s'uniformise et se généralise, sans prendre en considération les valeurs culturelles, sociales, écologiques et économiques sur le long terme (Office fédéral de la culture [OFC], 2020).

3. Contexte historique : L'art suisse ou l'art en Suisse ?

« Y a-t-il un art spécifiquement suisse ? Cette demande nous préoccupe depuis toujours, car, s'il y avait un art spécifiquement suisse, il y aurait en lui un élément de cohésion nationale qui s'ajouterait aux autres éléments constitutifs de notre force et de notre unité morale. Or, il m'a toujours paru que ces éléments constitutifs sont avant tout d'ordre politique ». Giuseppe Motta, (Bätschmann & Baumgartner, 2006).

À travers ces quelques lignes, la question qui se pose est la suivante : est-ce que la présence d'un art spécifiquement suisse contribue à renforcer l'unité nationale ? Avant d'approfondir à ce sujet, il convient de revenir sur l'histoire suisse afin de mieux comprendre la situation actuelle et l'évolution de sa culture artistique.

En 1876, Johann Rudolf Rahn, un historien de l'art suisse considéré comme le "père" de l'histoire de l'art suisse, a publié le premier livre sur l'histoire de l'art, intitulé « *Histoire des arts plastiques en Suisse, depuis les temps les plus anciens jusqu'à la fin du Moyen Âge¹* ». À travers son ouvrage, il aborde l'évolution artistique en Suisse. Selon lui, l'art de ce pays est apparu bien après l'époque médiévale (Bätschmann & Baumgartner, 2006).

À Paris en 1924, la Commission de l'Exposition de l'art suisse présente une série de dix monographies qui expriment les coutumes et les mœurs du peuple suisse. Le but de celles-ci n'est pas de représenter la Suisse comme un pays uniforme, mais au contraire de témoigner de sa diversité culturelle en rapport avec l'art. L'art suisse et son patrimoine culturel découlent de sa situation politique et géographique qui permet de l'identifier (Bätschmann & Baumgartner, 2006).

En 1936, on prétendait que l'art suisse est à prédominance étrangère, c'est-à-dire une reproduction de l'art allemand, français et italien. Cette idée est contestée par Joseph Gantner et Adolf Reinle qui expliquent à travers leur ouvrage que l'évolution de l'art s'est réalisée à l'intérieur du pays (Bätschmann & Baumgartner, 2006).

Entre la fin du XIX^e et le début du XX^e siècle, Ferdinand Hodler est considéré comme l'un des pionniers de l'art national. Ses œuvres utilisent des techniques issues du réalisme,

¹ Titre original : « *Geschichte der bildenden Künste in der Schweiz von den ältesten Zeiten bis zum Schlusse des Mittelalters* »

expressionnisme et symbolisme, ce qui fait de lui l'un des principaux moteurs de la modernité artistique à son époque. Il existe d'autres artistes suisses qui ont marqué l'histoire de l'art, tel que le grand artiste Alberto Giacometti, un sculpteur suisse du 20^e siècle. Ce dernier doit sa renommée à l'une de ses sculptures appelées « *L'homme qui marche* » créée en 1960. Son style se caractérise par la représentation d'êtres humains à l'aspect filiforme (Kas, 2017). Par ailleurs, un Oscar est décerné à l'artiste suisse Hans Ruedi Giger en 1980, à la suite de ses créatures fantastiques dans le film « *Alien* ». Un musée qui rassemble ses œuvres est créé en son honneur dans sa ville natale en 1998, à Gruyères (Kas, 2017).

La Suisse dispose de plusieurs artistes qui ont influencé l'histoire de l'art. De manière générale, la plupart des créations artistiques sont très liées au contexte social. Au fil du temps, la question de l'existence d'une culture et d'un art suisse (et non simplement d'artistes suisses) a suscité des débats en raison de facteurs sociaux, politiques et de l'influence étrangère au sein du pays.

3.1. Les prémices de l'art urbain

Les informations antérieures permettent une meilleure compréhension du contexte culturel suisse en mettant en avant certains artistes qui ont marqué le passé. À présent, il convient de se pencher plus spécifiquement sur l'évolution de l'art urbain en Suisse.

Depuis les temps anciens, l'homme s'est exprimé à travers les murs. Ces premières formes artistiques sont apparues à l'époque du paléolithique durant la préhistoire, c'est ce qui a favorisé la compréhension des premières civilisations (Belnet, 2022). Tout au long de son histoire, les peintures murales ont beaucoup évolué. Aujourd'hui, on parle ainsi du "Street Art" qui apparaît pour la première fois dans les rues de New York durant les années 70 en témoignant une culture urbaine issue du "hip-hop". L'art urbain fait l'objet de contestations ou de revendications sociales qui ont pour but de s'adresser directement aux passants en abordant certains thèmes populaires dans les rues, les murs, les métros, les surfaces publiques, etc. (Martet, 2017).

La Suisse n'est pas particulièrement connue pour ses fresques murales, contrairement à certaines villes telles que New York, Berlin, Paris, etc. qui sont réputées pour leurs créations artistiques urbaines. Néanmoins, le pays regorge de projets qui embellissent son environnement bâti.

En Suisse, la ville de Bâle est l'une des plus célèbres pour ses œuvres de Street Art. Elle attire de nombreux talents en raison de sa situation géographique. Plus précisément, elle se trouve au milieu de trois nations ; la France, l'Allemagne et la Suisse. En effet, cette ville

propose un programme culturel varié qui comprend des galeries, des musées, des festivals et des circuits dédiés à la découverte du Street Art. Depuis 1980, les graffitis qui décorent la ville occupent une place centrale dans le tourisme urbain. Par ailleurs, il existe également des espaces spécifiques dédiés à l'expression de la créativité (*Street art à Bâle*, s. d.).

Dans le canton de Neuchâtel, la ville du Locle a l'intention de devenir la capitale du « Street Art » et prévoit une cinquantaine d'œuvres artistiques d'ici 2024. Selon le conseiller communal, Cédric Dupraz, un des objectifs est de transformer cette ville industrielle en un produit touristique et culturel. Les projets artistiques reçoivent un soutien financier étatique entre 15'000 CHF et 20'000 CHF par année. Cette ville est inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO pour son espace dédié à l'urbanisme horloger. Auparavant, cette zone industrielle n'était pas privilégiée en raison de son histoire bouleversante (Radio Télévision Suisse [RTS], 2021). Entre 1918 et 1963, des milliers de femmes ouvrières, surnommées les "radiumineuses", déposaient une couche de peinture à base de radium sur les cadrans des montres pour les rendre luminescentes dans l'obscurité. C'est ce qui leur a causé de graves maladies, notamment des tumeurs cancéreuses (Iaz, 2018). Aujourd'hui, le Street Art a pour but de mettre en avant la culture régionale et son histoire marquante en lien avec l'horlogerie, tout comme l'artiste Shok-1 qui rend hommage à ces femmes :

Figure 2 : L'œuvre « Radium » de l'artiste SHOK-1



Source : Shok-1 – exomusée, s. d.

Réputée pour être une ville dynamique, Lausanne est ornée d'œuvres artistiques telles que des tags, des graffitis et des fresques murales disséminées dans différents endroits (*Street art à Lausanne, quand la rue devient un musée*, 2018). Depuis 2009, la ville autorise les centres de formation (COFOP) à taguer les armoires électriques des services industriels afin de leur redonner vie, étant donné qu'elles sont souvent sujettes à des dégradations comme des affiches, tags, etc. Dans ce contexte, le Street Art n'est pas uniquement utilisé pour embellir les murs, mais également le mobilier urbain (Services industriels Lausanne [SIL], 2020).

Figure 3 : La réhabilitation des armoires électriques

Source : Service Industriels Lausanne [SIL], 2020

D'autres villes reconnues internationalement, telles que Genève et Zurich, abritent également des œuvres d'art urbain. Bien qu'il s'agisse de villes prestigieuses, qui attirent majoritairement la classe business, elles disposent d'une culture artistique urbaine qui embellit les espaces publics. Différentes actions sont entreprises afin de favoriser la promotion du graffiti pour encourager la compréhension de la culture existante.

Ces quelques centres urbains permettent de contextualiser le développement du Street Art en Suisse. Toutefois, il est important de noter qu'une des premières fresques légales a été autorisée en 2002 dans la ville de Sion (Lavanchy, 2021). On remarque qu'une trentaine d'années s'est écoulée depuis la création de l'art urbain dans les années 70 à New York. Aujourd'hui, les autorités suisses sanctionnent les œuvres non autorisées sur l'espace public en tant que dommage à la propriété. Une série de mesures sont prises contre ces actions illégales, considérées comme des actes de vandalisme.

4. REVUE DE LITTÉRATURE

La revue de littérature est une étape importante dans la recherche, car elle permet d'explorer l'état actuel des connaissances sur le sujet. Elle repose principalement sur la collecte de données secondaires issues de sources telles que des écrits scientifiques, des rapports, des livres et des sites internet. Pour ce faire, des sites tels que *Google Scholar*, *Scholarvox*, *eBooks*, *EBSCO* et *Swisscovery* sont utilisés.

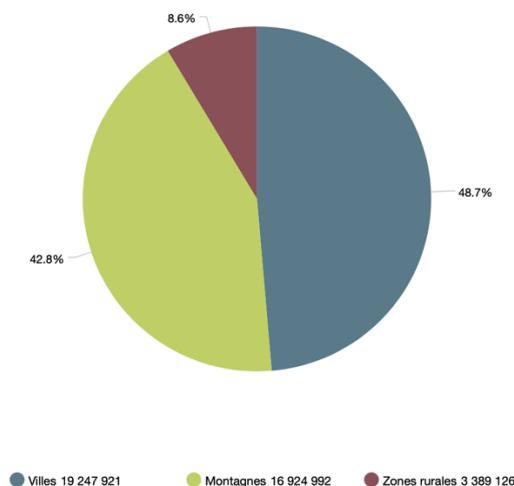
Les connaissances acquises à ce stade sont essentielles quant au bon déroulement de l'étude. Ces recherches impliquent différents domaines tels que l'art urbain écologique, la promotion touristique, l'innovation, le développement économique, culturel et touristique dans

les zones urbaines. Les données récoltées sur les sites internet sont également vérifiées en termes, de fiabilité et de précision de l'information.

4.1. Le tourisme urbain, un marché en pleine évolution

Bien que la Suisse ne dépende pas directement du tourisme comme certaines destinations, il s'agit d'un secteur qui lui permet de créer des emplois en stimulant l'économie locale. Des destinations urbaines telles que Genève, Lausanne, Zurich, Bâle ou Berne, doivent leur popularité à leur histoire, leur culture, leur architecture et leur diversité d'offres de loisirs. D'après le Centre des recherches conjoncturelles, le tourisme de montagne connaît une stagnation pour diverses raisons, comme l'évolution du franc fort qui pousse les touristes à se tourner vers la concurrence étrangère. Tandis que les régions urbaines sont en constante évolution vers une croissance du nombre de nuitées durant toute l'année. Ainsi, le tourisme urbain est en pleine progression dans les villes suisses et représente un marché très attractif pour développer de nouveaux concepts touristiques (Centre de recherches conjoncturelles [KOF], 2019).

Figure 4 : La part des nuitées par zone en 2019



Source : Suisse Tourisme [ST], 2020

À travers ce graphique, on constate que la part du tourisme urbain génère une grande partie des nuitées, soit le 48,7 % du tourisme en Suisse. En 2020, la ville de Zurich est celle qui a attiré le plus grand nombre de visiteurs, soit 597'660 arrivées. Elle est suivie par ordre chronologique des destinations suivantes : Zermatt (352'863), Genève (325'372), Bâle (295'079) et Lucerne (276'742) (Keller, 2022). Ces chiffres permettent de prendre en considération l'importance du tourisme urbain. C'est l'une des raisons qui poussent à s'intéresser aux différents enjeux liés à l'attractivité des destinations urbaines à travers la

diversification de l'offre et à la mise en valeur de son environnement bâti qui s'agrandit de plus en plus.

4.1.1. L'importance de l'art urbain dans le tourisme

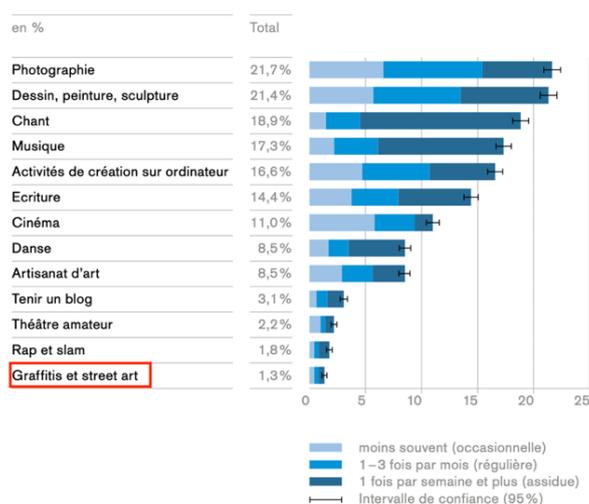
Aujourd'hui, le lien entre le Street Art et le tourisme est incontestable. Plus précisément, il offre une valorisation touristique des espaces urbains (MySwitzerland, 2019). L'image du territoire est influencée par ces créations artistiques qui illustrent la culture locale. Cette tendance est un moyen qui répond à différents enjeux de développement local ou touristique. L'art urbain met en lumière certains endroits qui sont plus reculés, voire ignorés par le tourisme traditionnel. Ainsi, il contribue à la découverte d'une ville et la transforme en un produit touristique urbain. Les acteurs du tourisme utilisent l'art urbain comme moyen de diversification ou comme un outil de communication qui peut toucher différents types de publics (Blanchard & Talamoni, 2018).

La présence d'artistes et d'œuvres dans les rues offre aux passants diverses activités qui favorisent la promotion du territoire (Jacquot et al., 2018). Les activités peuvent se traduire à travers des expositions à ciel ouvert, des promenades, des festivals, des ateliers graffiti, des fresques participatives, des visites, des jeux de piste, etc. Cette multiplication d'événements ou d'activités encourage les pratiques de loisir et de culture selon le public ciblé (Blanchard & Talamoni, 2018).

En somme, les artistes peuvent s'approprier un espace en lui donnant une signification qui permet de refléter une nouvelle image des destinations touristiques. De l'autre côté, le Street Art représente une opportunité pour les touristes en quête d'expériences alternatives, immersives et authentiques de la culture locale. Quant aux habitants désireux de redécouvrir leur ville sous un nouvel angle, il encourage le tourisme domestique en révélant certaines thématiques qui animent ces spectateurs (Blanchard & Talamoni, 2018).

4.1.2. La place des activités artistiques

Selon l'OFS, en 2019, environ 65 % de la population suisse pratique une activité artistique durant son temps libre (Moeschler & Herzig, 2020). Le graphique suivant illustre les principales activités culturelles réalisées en 2014 par les habitants suisses :

Figure 5 : Pratique d'activités culturelles en amateur 2014

Source : Jolliet & Schleiss, 2020

Il est possible de constater qu'environ 60 % des activités culturelles les plus fréquentes sont la photographie, le dessin/peinture/sculpture et le chant. En dernière position, le Street Art et les graffitis sont pratiqués par un petit groupe avec un résultat de 1,3 % (Jolliet & Schleiss, 2020). En ce qui concerne l'intérêt touristique pour le Street Art en Suisse, il n'a pas été trouvé de chiffres statistiques à ce propos. Bien qu'il existe des circuits et des tours organisés à la découverte des villes à travers les graffitis, il n'y a pas de données enregistrées sur le nombre de billets vendus ou d'autres informations pertinentes à ce sujet.

4.2. Le système politique urbain et les stratégies de planification

Le plan directeur, communal ou cantonal, est l'un des principaux outils permettant d'organiser, de coordonner et de gérer le territoire sur une période de 20 à 25 ans. Il facilite la planification des infrastructures et du développement de l'urbanisation en veillant à la protection de l'environnement naturel et du paysage (Office fédéral du développement territorial [ARE], s. d.). Quant à lui, le plan d'affectation, communal ou cantonal, a pour objectif de réguler l'utilisation d'une zone délimitée en respectant les bases légales et les objectifs fixés afin d'assurer une utilisation appropriée du territoire. Celui-ci s'appuie sur les orientations stratégiques du plan directeur pour une période de 15 ans (Ville de Lausanne, 2022).

Par son organisation politique, la Suisse est un gouvernement fédéral qui garantit l'autonomie de ses États fédérés. Il dispose d'un réseau polycentrique, c'est-à-dire que les décisions et les pouvoirs politiques sont divisés entre les cantons. C'est l'une des multiples raisons pour lesquelles, au sein même du pays, on distingue plusieurs modes de vie urbains

selon les régions. Cette différence est due à des facteurs culturels, politiques, économiques, territoriaux et écologiques (Baccini et al., 2007).

Les mesures de la conception du paysage suisse (CPS) ont été définies par différents départements de la Confédération. Cet instrument de planification définit le cadre de développement et intègre les objectifs de qualité paysagère qui visent à améliorer l'efficacité de son territoire (Arn et al., 2020). Ainsi, les paysages urbains ciblent la qualité en garantissant des espaces verts et en valorisant les aspects culturels et historiques.

4.2.1. Les politiques liées aux graffitis

En Suisse, il existe certaines lois qui peuvent être applicables aux pratiques de l'art urbain. Il est important de souligner que les articles de loi, ci-dessous, dépendent de chaque situation et il peut y avoir d'autres dispositions légales.

Émise en 1992, la Loi sur le droit d'auteur (LDA, 231.1) définit leurs propres droits sur leurs œuvres et les conditions pour que celles-ci soient protégées. Ainsi, elle garantit la protection des auteurs, mais évoque également les exceptions. Par ailleurs, elle régleme aussi les droits voisins, tels que les droits des artistes interprètes, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion (*Loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins*, s. d.). Bien qu'elle soit surtout liée à l'aspect de la nature, il est possible de mentionner la Loi fédérale sur la protection de l'environnement (LPE, 814.01). Celle-ci aborde également les questions relatives à la pollution des bâtiments ou des installations (*Loi fédérale sur la protection de l'environnement*, s. d.). Les infractions et les dommages à la propriété privée et au patrimoine sont mentionnés dans l'article 144 du Code pénal suisse. Il est précisé que toute personne qui endommage ou détruit un bien appartenant à autrui peut être sanctionnée d'une peine de 3 ans de prison ou d'une peine pécuniaire. En fonction de la gravité des dommages causés, la peine peut aller jusqu'à 5 ans de prison (*Code pénal suisse*, s. d.).

4.3. Influence des politiques publiques : vandalisme ou art ?

Dans un premier temps, les graffitis étaient considérés comme un moyen de contestation envers le pouvoir public (*Les dénonciations politiques par le graffiti*, 2020). De plus en plus, l'art urbain sert d'instrument de communication et d'embellissement esthétique des espaces publics. En raison du faible coût de production et de l'attractivité touristique, les villes ont transformé ces peintures murales en « *un élément stratégique de promotion culturelle et de développement territorial* » (Idier, 2021). La notion de ville créative est reprise par les milieux politiques dans une optique de marketing (Keil & Boudreau, 2010). Le Street Art représente

un outil qui peut être intégré aux politiques culturelles en favorisant le processus de gentrification (Clerval & Fleury, 2009). Les autorités cherchent ainsi à véhiculer l'ADN local, les traditions, les cultures (Lavanchy, 2021).

Parmi les graffeurs, il existe une distinction entre ceux qui souhaitent "créer de l'art" et ceux qui recherchent des émotions fortes en transgressant les lois. De plus en plus, les autorités mettent à disposition certains murs, ce qui permet de diminuer les graffitis illégaux. Les artistes peuvent s'exprimer de manière légale en modifiant leur approche. Leur implication les pousse à effectuer des recherches sur les particularités et l'histoire des lieux (Lavanchy, 2021). Un mur "bien fait" est respecté par les tagueurs et ne donne pas envie de le vandaliser (Mise au Point, 2017).

En Suisse, comme dans d'autres pays, les chemins de fer sont souvent la cible des graffeurs qui cherchent à s'exprimer en prenant des risques. D'autre part, le « Art on train » est un festival de graffitis organisé en Suisse qui consiste à réunir plusieurs artistes afin de transformer de vieux wagons abandonnés. Ainsi, les trains peuvent être considérés comme « des galeries mouvantes » pour le Street Art (Radio Télévision Suisse [RTS], s. d.).

En d'autres termes, il existe un certain paradoxe dans le monde du graffiti ; il peut être considéré comme du vandalisme ou de la pollution visuelle, tandis que pour d'autres, il s'agit d'un art qui embellit notre espace. De manière générale, la virtuosité des graffitis dépend de trois variables : de l'emplacement, de l'époque et de la perception des personnes (Vaslin, 2021). En fonction de ses objectifs, les pouvoirs publics peuvent adopter des attitudes restrictives ou plus tolérantes quant à l'art urbain.

4.4. L'art et la nature : un art végétal

Comme mentionné précédemment, les premières œuvres sont réalisées sur les murs des grottes durant l'époque paléolithique. La plupart de ces peintures rupestres représentaient des éléments de la nature, tels que les animaux et les êtres humains. Il s'agit donc des premières observations de la nature, telle qu'elle était conçue, par les premiers ancêtres de l'homme. Bien que les paysages n'étaient pas encore représentés, la nature a depuis toujours été une thématique importante (*Art environnemental*, s. d.).

Il existe plusieurs pratiques et méthodes qui rassemblent l'art et la nature. C'est pour cela qu'il est nécessaire de distinguer ces différentes formes artistiques. Bien que la liste ne soit pas exhaustive, les sous-chapitres ci-dessous présentent certaines pratiques qui rassemblent ces deux éléments.

4.4.1. L'art environnemental, « Land Art »

L'art environnemental est pratiqué « in situ », l'artiste utilise les matériaux de la nature, comme le bois, les roches, la terre, etc. tout en s'immergeant dans son contexte. Cette forme d'art permet de réorienter la perception du spectateur sous un nouvel angle en créant un environnement psychosensoriel. Selon le philosophe Deleuze, il s'agit également d'une pratique expérimentale qui permet de ressentir son atmosphère (Melay, 2018). Dans le cadre médical, elle offre une médiation et s'applique à différents troubles psychologiques tout en stimulant la créativité. Le Land Art peut aussi être utilisé à des fins thérapeutiques et s'adresse à tout type de public (Dikann, 2017).

Face à notre environnement menacé, certains artistes cherchent à le préserver à travers une œuvre conceptuelle. C'est le cas d'Olafur Eliasson, qui a réalisé un projet intitulé « Ice Watch » dont sa traduction est « l'horloge de glace ». Cette présentation a eu lieu en 2015 lors d'une conférence sur les changements climatiques, sur la place du Panthéon à Paris. Son œuvre met en scène 12 blocs de glace sculptés qui proviennent des glaciers de l'Arctique âgés de plus de 15'000 ans. Ces blocs symbolisent le cadran de l'horloge climatique, visant à démontrer en direct les effets du réchauffement climatique sur ces glaciers, avec un message d'urgence. Apercevoir au fur et à mesure la glace se briser et fondre, Eliasson souhaite illustrer la disparition de l'Arctique. Par cette démarche, l'artiste cherche à sensibiliser à la fois les dirigeants de la conférence et les passants, en les confrontant à la vulnérabilité des ressources naturelles face au changement climatique (Melay, 2018).

Figure 6: Exposition « Ice Watch » par Olafur Eliasson



Source : Jarombek, 2015

4.4.2. Le Green Street Art

Le concept du « Green Street Art » est le résultat d'une symbiose entre « l'écologie » et le « Street Art » (A. Vitry et al., 2022). Apparue dans les années 2000, il s'agit d'une technique

qui met en avant la nature de différentes façons à travers des graffitis. Elle se caractérise par une rencontre atypique entre la nature et la peinture (*Green Street Art : qu'est-ce que cela signifie ?* s.d.).

Figure 7 : Œuvre de Green Street Art par l'artiste Fabio Gomes



Source : @fabiogomestrindade – Instagram, 2023

Ce concept est une pratique pacifiste et écologique utilisée de deux manières : comme moyen de dénonciation à la dégradation de notre environnement afin d'encourager une action collective ou de façon plus divertissante tout en développant une conscience écologique (A. Vitry et al., 2022).

Étant l'une des thématiques centrales abordées dans cette recherche, cette forme d'art est expliquée plus en détail dans les prochains chapitres afin de faciliter la lecture en maintenant une cohérence dans le développement du sujet.

4.4.3. Le design végétal

Le design végétal consiste à combiner un savoir-faire en botanique pour sublimer des objets ou des endroits qui font partie de notre quotidien en les végétalisant. L'objectif est d'esthétiser et d'harmoniser des objets ou des environnements tout en intégrant la nature et en gardant leur fonction initiale. Il ne s'agit pas de mettre uniquement une plante dans un pot, le designer utilise ses compétences pour mettre en scène et valoriser la nature (*Le design végétal : une autre façon d'appréhender la ville*, 2020). Cette technique peut être réalisée à l'extérieur, comme la végétalisation d'espaces, de jardins, de murs ou de toits. À l'intérieur, le designer végétal peut imaginer différents objets ou structures immobilières afin de les

naturaliser, tels que des chaises, des étagères, etc. En quelques mots, il s'agit de valoriser un endroit ou un objet en utilisant la nature à l'aide d'un savoir-faire en botanique (Gallon, 2015).

Figure 8 : Mur végétalisé



Source : @ambius – Instagram, 2022

Les murs végétalisés ont de nombreux avantages, comme améliorer le climat urbain, limiter la pollution émise par le trafic routier, apporter de la végétation en ville et favoriser le confort technique des bâtiments en économisant une grande quantité d'énergie (ARTE - Xenius, 2016). L'objectif du design végétal est de mettre en valeur la nature avec une réflexion au préalable en matière décorative, architecturale, créative et innovante tout en procurant un sentiment de bien-être (Gallon, 2015).

4.4.4. Le mouvement « Guerrilla Gardening »

Le mouvement « Guerrilla Gardening » est né à New York dans les années 70 par un groupe d'activistes avec sa fondatrice Liz Christy. Le terme « Guerrilla » provient de l'espagnol qui signifie « petite guerre » en français. La « Guerrilla Gardening » est une pratique militante qui vise à se réapproprier la ville avec de la végétation. Les activistes utilisent le jardinage comme moyen d'action environnementaliste. Il s'agit d'une cause à la fois écologique et sociale cherchant à susciter une réflexion transversale sur les villes, leur organisation, la biodiversité et les inégalités. De ce fait, le « Green Street Art » trouve ses origines dans ce mouvement (A. Vitry et al., 2022).

Figure 9 : La guérilla jardinière dans un centre urbain



Source : Guerrilla Gardening, s. d.

L'objectif est d'enseigner la patience, le soin et la curiosité pour les plantes en incitant l'action collective. Prendre soin d'un jardin nécessite du temps, de l'entretien et requiert ainsi l'implication de plusieurs personnes qui travaillent ensemble (Gralińska-Toborek, 2022).

4.5. Les particularités du « Green Street Art »

Le Green Street Art permet de combiner des éléments organiques et inorganiques du paysage. Il s'agit d'utiliser la nature comme point de départ à la démarche artistique (Fily, 2017). Le respect de la nature occupe une place primordiale, c'est-à-dire que l'artiste va composer et s'inspirer de celle-ci afin de stimuler sa créativité. Dans la pratique du Green Street Art, deux méthodes peuvent être employées : l'incorporation d'éléments de la nature et le graffiti en mousse.

4.5.1. Incorporer des éléments de la nature

Une des principales techniques est d'incorporer les éléments de la nature aux graffitis en transformant les peintures bidimensionnelles (2D) en œuvres tridimensionnelles (3D). Ces formes artistiques effacent l'environnement bâti et créent un univers ludique. Ces créations peuvent prendre une forme humoristique ou fantaisiste qui invite les passants à s'immerger dans le contexte. Elle offre l'opportunité d'explorer les graffitis sous un angle original et les confondre dans le paysage (Fily, 2017).

Le concept de Green Street Art attire l'attention sur la présence de verdure sur les espaces urbains et contribue à leur protection. En effet, afin que l'œuvre artistique soit conservée, il est nécessaire de garder la végétation qui la compose (Gralińska-Toborek, 2021).

Figure 10 : Œuvre de Green Street Art par l'artiste Vinie



Source : Vinie Graffiti, s. d.

En prenant l'exemple de l'œuvre artistique créée par Virginie Masson, surnommée Vinie, le personnage n'aurait plus le même visage sans ses cheveux représentés à l'aide de la plante. C'est pour cela que cette pratique artistique contribue à la conservation des éléments naturels présents dans les zones urbaines.

4.5.2. Le graffiti en mousse, « Moss Graffiti »

Le « *Moss Graffiti* » remplace la peinture par de la mousse végétale. Pour créer le graffiti, cette méthode consiste à faire pousser de la mousse sur le mur à l'aide d'un mélange de plusieurs ingrédients tout comme une recette de cuisine. Une autre manière plus rapide consiste à apposer la plante déjà cultivée à l'aide d'une colle biodégradable (*Eco-Friendly Graffiti*, 2022).

Il existe plusieurs variétés de mousses, soit près de 25 000 espèces sur Terre. Ce sont des plantes avec des caractéristiques particulières. Elles sont de couleur verte uniforme, contrairement aux fleurs qui possèdent différentes couleurs vives. Inversement, aux autres plantes, un petit fragment de mousse peut être emporté par le vent, tomber dans un trou et commencer à pousser. Ces plantes démontrent une capacité de vie exceptionnelle et une tolérance extrême à la sécheresse. Elles n'ont pas de racines, mais peuvent absorber l'eau et les nutriments grâce à leurs membranes. Ainsi, les mousses peuvent pousser sur les rochers, les arbres et le sol (ARTE Presse, 2023).

Figure 11 : Caricatures de graffitis en mousse végétale



Source : @talasanja – Instagram, 2021

« Comprendre la beauté des mousses, c'est d'abord apprendre à les regarder. Leur observation révèle souvent des formes surprenantes et extrêmement variées. » (ARTE Presse, 2023)

4.6. Quelques formes d'art urbain liée à l'écologie

Comme expliqué précédemment, la combinaison de l'art et de la nature englobe différents styles. Ainsi, il est difficile de catégoriser chaque œuvre et de trouver une définition précise. Toute création est unique et propre à l'artiste qui évolue au fur et à mesure de sa carrière et qui développe de nouvelles techniques. De même que le concept du Green Street Art, il existe plusieurs façons de pratiquer de l'art urbain en intégrant l'aspect écologique ou naturel. Après les recherches effectuées, il n'est pas possible de déterminer si les techniques abordées dans les chapitres suivants sont directement liées au concept. Toutefois, elles ont certains points communs : ce sont des œuvres réalisées dans des milieux urbains et elles partagent une optique similaire quant à la sensibilisation à l'environnement naturel.

4.6.1. La représentation de la nature

Certains artistes n'utilisent pas de la peinture écologique, mais ils représentent la nature dans leurs œuvres avec des outils traditionnels. Par exemple, ils peuvent choisir d'illustrer les paysages naturels, la flore et la faune, les animaux, etc. Bien qu'ils n'utilisent pas spécifiquement de matériaux écologiques et que leur pensée première n'est pas de transmettre un message de sensibilisation à leur public, il est important de souligner qu'ils sont tout de même réceptifs à leur environnement et qu'ils suscitent l'intérêt de leurs spectateurs pour la nature. En somme, certains artistes cherchent à communiquer un message sur

l'empreinte de l'homme et du respect de la nature à travers leur création, tandis que d'autres puisent leur inspiration dans la nature, sans objectif spécifique. Même si leur intention n'est pas explicite, ils encouragent implicitement leurs spectateurs à contempler l'aspect environnemental.

Une étude menée par cinq chercheurs de l'Université de Melbourne a démontré qu'une simple représentation visuelle de la nature peut améliorer la productivité au travail. Ces derniers ont étudié le comportement de 150 travailleurs après leur avoir montré deux images différentes (Mazoir, 2015). Certains ont observé une image d'un toit en béton, tandis que d'autres ont vu le même toit orné de plantes. Après la pause, ceux qui ont regardé le toit bétonné ont baissé de 8 % leur niveau de concentration, tandis que ceux qui avaient contemplé le toit végétalisé ont augmenté leur niveau de performance de 6 % (*Contempler la nature augmente la productivité au travail*, 2015). Cette étude prouve qu'une simple représentation de la nature peut exercer une influence positive sur le public. En d'autres termes, même si l'artiste ne cherche pas nécessairement à transmettre un message spécifique, sa création peut avoir un effet bénéfique sur les spectateurs.

Mona Caron est une artiste suisse réputée pour ses fresques de plantes qui ornent les façades d'immeubles ou les gratte-ciels afin de contrer le béton grisâtre des villes. Elle essaie de sensibiliser et de questionner certaines thématiques liées à l'écologie (Chareille, 2022).

Figure 12 : Fresque « Pissenlit » en Suède par l'artiste Mona Caron



Source : Chareille, 2022

Mona Caron combine plusieurs techniques dans ses créations artistiques, comme le muralisme, le Street Art, la botanique et l'activisme. Elle crée des fresques de plantes,

représentant souvent les "mauvaises herbes" que l'on cherche à éradiquer, mais qui repoussent inlassablement, posant ainsi la question de notre relation avec la nature et l'environnement urbain (Chareille, 2022).

4.6.2. Eco-graffitis : des matériaux respectueux de l'environnement

Certains artistes tentent de minimiser l'impact environnemental de leurs œuvres en utilisant des matériaux recyclés ou de la peinture biodégradable. Les aérosols, tels que les bombes, les déodorants, la laque pour cheveux, etc., sont des produits qui ont des conséquences environnementales et sanitaires. Un aérosol est un récipient contenant une substance propulsée par un gaz qui crée une pression à l'intérieur et qui est vaporisé en fines particules dans l'air. Parfois toxiques, ces fines particules peuvent nuire à la santé après une inhalation et causer des problèmes environnementaux en raison des mélanges de substances chimiques (Fox, 2022).

Pour les artistes, la peinture en aérosol est un outil facile d'utilisation et presque incontournable pour réaliser certaines finitions qui nécessitent une fine couche. De plus en plus, les entreprises sont sensibilisées à l'aspect environnemental et cherchent à proposer des solutions durables, telles que des peintures en aérosol à base d'eau ou d'huile végétale provenant de ressources renouvelables (*Eco-Friendly Graffiti*, 2022). L'entreprise MTN Water Based propose des aérosols, des marqueurs et des peintures à base d'eau. Ces produits représentent une innovation dans le monde du Street Art en termes d'odeur et d'impact écologique minimisé (*Everything you need to know about Water Based paint*, 2020).

Une autre option est l'utilisation d'appareils pulvérisateurs, équipés d'un pistolet pour diffuser la peinture avec la pression de l'air. Cette alternative nécessite une source d'alimentation électrique, mais permet d'éviter les substances nocives, la propulsion de gaz chimiques et la réduction des pertes en utilisant de l'entièreté du pot de peinture. Au quotidien, il est également possible de prendre d'autres mesures pour favoriser l'environnement, comme le tri des produits d'aérosols qui permet de recycler certaines matières premières, notamment l'acier et l'aluminium. Par ailleurs, en s'informant sur les pictogrammes des emballages, il est possible d'identifier la dangerosité du produit, les méthodes de recyclage, et les éventuelles certifications écologiques pour faciliter le processus de décision d'achat (Bellouger, 2019).

4.6.3. Reverse graffiti, clean graffiti

Le reverse graffiti, appelé graffiti à l'envers, est une technique artistique qui consiste à créer une œuvre à travers le nettoyage d'une surface. Contrairement aux pratiques de graffiti

traditionnelles qui impliquent l'ajout de peinture, cette méthode utilise la saleté ou la pollution déjà présente sur les murs comme matière première pour créer un dessin soustractif. En effet, le nettoyage de certaines parties de la surface permet de mettre en lumière les impacts écologiques sur l'environnement en créant ainsi un fort contraste entre la partie "nettoyée" et la partie "sale". De cette manière, les œuvres révèlent le niveau de pollution et de CO² d'une surface. Pour réaliser cette méthode, on peut utiliser un pochoir et un nettoyeur à haute pression pour les murs les plus dégradés, ou tout simplement un chiffon pour les endroits plus accessibles, comme la poussière sur une voiture (Chevrinais, 2014).

Figure 13 : Œuvre de graffiti à l'envers par l'artiste Paul Curtis alias Moose



Source : Moose (artiste urbain), 2013

4.7. Développement des aspects économiques, sociaux et culturels

En 1984, le Dr Roger Ulrich a prouvé l'influence des éléments naturels sur la convalescence de ses patients. En effet, la nature, les jardins et l'art peuvent réduire la douleur et le stress en facilitant la guérison pour certains (*Design biophilique : quand les hôpitaux intègrent la nature dans leurs espaces*, 2020). En d'autres termes, le design d'un espace naturel permet d'agir sur la santé morale et physique (Demerens, 2018).

D'autres expériences internationales démontrent une corrélation positive entre l'art urbain et le développement socio-économique. Des chercheurs de l'Université de Warwick ont constaté que la présence de peintures murales avait un effet positif sur les prix de vente de l'immobilier. Les raisons de cette augmentation peuvent être expliquées de différentes manières. Toutefois, le Street Art est un indicateur des activités économiques et de l'amélioration de la qualité du paysage. D'autres chercheurs, Cameron et Coaffee, ont également étudié le rôle de l'art urbain dans le processus de la gentrification. Ce procédé est un phénomène urbain qui se traduit par l'évolution socio-économique d'un quartier défavorisé. En effet, l'art urbain a permis la réévaluation et la régénération des zones et des bâtiments

dégradés. Il contribue à l'image culturelle et à la marque territoriale tout en influençant la « durabilité physique » et la « durabilité de l'environnement bâti » (Forte & De Paola, 2019).

Les recherches réalisées par l'IREC soulignent le lien entre l'espace et les pratiques sociales dans la compréhension du changement social. Trois propositions sont établies qui sous-tendent cette idée : l'influence des formes urbaines sur les pratiques sociales, vice versa ; considérer l'espace comme à la fois un support et un enjeu de l'action ; et l'importance d'un environnement propice à l'innovation culturelle pour son développement (Kaufmann, 2012). Cette étude démontre l'impact de l'espace sur nos comportements ou nos actions et analyse la manière dont le paysage urbain encourage un changement social positif. Suite aux défis environnementaux actuels, il est possible d'imaginer un espace qui contribue à une transformation sociétale en favorisant des pratiques durables et écologiques.

4.7.1. Lien du concept au territoire Suisse : vers une esthétique environnementale

Depuis quelques années, la surface urbanisée des paysages suisses s'est accélérée et occupe 8 % de la surface totale du pays, soit 3'271 km² (Biedermann, 2021). Le développement du paysage est influencé par les mégatendances actuelles, telles que la globalisation, la numérisation, l'individualisation, le changement climatique et l'évolution démographique (Arn et al., 2020). Face à ces différents enjeux, les pratiques artistiques écologiques sont concernées par les politiques des lieux.

La notion d'esthétique environnementale se définit par une expérience esthétique de la nature et des environnements quotidiens et non uniquement par l'art ou la culture. Selon Arnold Berleant (1991 et 1992), il s'agit de transformer la vision de l'environnement en une immersion sensorielle, c'est-à-dire par un apprentissage créatif à travers un processus « d'environnementalisation » (Blanc & Lolive, 2009).

4.7.2. La notion de « Ville créative »

Selon Richard Florida, la ville créative est une approche urbaine qui utilise la créativité en tant que ressource économique. Elle a pour but de soutenir le développement d'une économie créative et de favoriser une industrie culturelle, comme la musique, l'art, le cinéma, la mode, la gastronomie, etc. À travers l'encouragement de l'innovation et de la diversité culturelle, cette approche vise à stimuler la croissance économique, à améliorer la qualité de vie et à renforcer l'attrait de la ville (Darchen & Tremblay, 2008).

Ambrosino et Guillon (2010) présentent trois approches de la ville créative : gouverner, consommer et produire. Ils expliquent que la gouvernance d'une ville implique de considérer la culture comme moyen de médiation territoriale. Par la suite, cette approche mène à l'émergence de scènes urbaines qui se traduisent par des modes de consommation culturelle d'un lieu en créant ainsi une identité distincte. En d'autres termes, la ville créative peut être considérée comme un système productif qui reflète le changement d'une économie culturelle qui la démarque (Ambrosino & Guillon, 2010).

5. QUESTION DE RECHERCHE & OBJECTIFS

5.1. Question de recherche

À la suite de la recherche littéraire, il est important de comprendre de quelle façon l'environnement bâti peut être amélioré tout en sensibilisant à la cause écologique de manière ludique. Les zones urbaines sont de plus en plus bétonnées et doivent offrir un cadre de vie agréable à ses habitants et visiteurs. Par ailleurs, les préoccupations environnementales sont de plus en plus présentes et la collaboration entre différents acteurs devient primordiale afin de limiter les impacts écologiques. Ainsi, la question de recherche peut se traduire de la manière suivante :

« De quelle manière, l'intégration du Green Street Art, peut-elle contribuer au développement culturel et touristique afin de divertir et de sensibiliser les individus tout en améliorant l'environnement bâti des zones urbaines en Suisse ? »

Cette question explore de quelle manière cette pratique artistique peut être utilisée stratégiquement pour la progression de plusieurs aspects, entre autres, le développement culturel et touristique, la sensibilisation du public sur les enjeux environnementaux et l'amélioration de l'environnement bâti en Suisse. Étant donné la vaste portée de cette thématique et ses multiples facettes, il est important de ne pas perdre de vue cette question afin de maintenir une ligne directrice.

5.2. Objectifs de l'étude

Lorsqu'on aborde une thématique relativement nouvelle ou peu étudiée, il peut être difficile d'établir des hypothèses solides et précises. En revanche, les objectifs permettent de définir clairement les questions et les résultats que l'on souhaite obtenir. Dans le cas du Green Street

Art, qui est encore une pratique récente, il est plus pertinent de se concentrer sur l'établissement d'objectifs concrets, qui serviront de socle pour l'étude :

Objectif 1 : Mettre en lumière le concept du Green Street art en offrant une nouvelle perspective de l'art urbain pour les villes

L'objectif 1 vise à éclairer davantage sur le sujet étudié afin d'offrir une nouvelle perspective pour les zones urbaines. L'analyse aspire à sensibiliser les individus à cette forme d'art et la manière dont elle peut être utilisée pour améliorer l'environnement bâti des villes en transformant agréablement les espaces publics et en favorisant le développement touristique et culturel.

Objectif 2 : Identifier les opportunités et les risques du Green Street Art à l'aide des principaux acteurs

L'objectif 2 cherche à identifier les possibilités et les risques de l'art urbain tout en faisant un lien parallèle avec le Green Street Art et en sollicitant les principaux acteurs concernés. Des entretiens sont menés avec des artistes suisses, des artistes colombiens et des représentants de certaines villes, notamment Sion, Genève et Lausanne. Ces entretiens permettent de fournir des informations précieuses qui se reflètent par leur expertise, leur opinion et leurs attentes liées à l'art urbain.

Objectif 3 : Proposition de recommandations stratégiques pour la mise en œuvre de projets Green Street Art

L'objectif 3 consiste à proposer quelques recommandations stratégiques pour l'élaboration de projets de Green Street Art en Suisse. Ces instructions tiennent compte des enjeux et des opportunités liés à l'art urbain, permettant ainsi aux acteurs concernés de prêter attention aux résultats de l'étude et d'encourager l'utilisation de l'art urbain écologique.

6. MÉTHODOLOGIE

La méthodologie est la description détaillée de la manière dont l'étude est menée et les procédés qui sont employés. Dans le cas présent, cette étude empirique est basée sur des observations concrètes recueillies sur le terrain et sur le témoignage de professionnels dans le domaine étudié. Ainsi, les différentes informations récoltées s'appellent des données empiriques. Pour répondre à la question de recherche, il est nécessaire de suivre une approche méthodologique qui permet de suivre un fil conducteur tout au long de l'analyse.

6.1. Stratégie de recherche

La réalisation d'une étude qualitative permet d'obtenir des informations descriptives et contextuelles afin de détecter d'éventuelles tendances. Il s'agit d'une phase exploratoire quant à la thématique. En raison du manque de documentation sur le sujet due à sa nouveauté, il est nécessaire de mener une recherche de nature qualitative qui se base sur l'expérience et le terrain afin d'obtenir des données descriptives.

L'étude qualitative se concentre sur la perspective d'artistes spécialisés dans l'art urbain, car ce sont les premiers acteurs concernés qui ont une connaissance approfondie dans ce domaine. En recueillant leur point de vue, il est possible de comprendre leur positionnement, leurs motivations et leurs préoccupations dans le monde de l'art. Leurs avis dans le domaine de l'écologie permettent de comprendre de quelle manière l'intégration de la nature peut être encouragée dans l'art urbain.

L'étude interroge également certains représentants municipaux de différentes villes afin d'obtenir une perspective stratégique, en termes, de planification, d'objectifs, de politiques et de règles pour soutenir cette forme d'expression artistique dans les espaces publics. Cette approche permet de saisir la manière dont les institutions publiques peuvent influencer l'évolution de l'art urbain et leurs collaborations avec les artistes et la population locale.

La diversité d'acteurs et les différentes facettes de l'art urbain sont des éléments importants à prendre en compte. Un des principaux enjeux est la relation qui opère entre les municipalités, les habitants et les artistes, qui influencent de manière directe ou indirecte la construction du monde de l'art (Jacquot et al., 2018). C'est pour cela qu'une étude quantitative était initialement prévue afin de tester statistiquement les hypothèses formulées, à partir de l'étude qualitative, auprès de la population suisse. Cette étude avait pour but de mesurer le degré d'acceptabilité de l'offre. En raison du manque de temps imparti pour ce travail, cette étude n'est pas réalisée.

Le processus de cette étude empirique repose sur trois étapes principales, lesquelles sont expliquées en détail ci-dessous.

6.2. Étape 1 : Recueil de l'information

Le recueil de l'information consiste à collecter les données nécessaires pour l'étude.

Au cours du mois de février, un séjour en Colombie a permis l'observation de l'art urbain dans la Comuna 13 à Medellín tout en analysant son attractivité touristique. Ces constatations ont contribué à préciser davantage la thématique de recherche et la collecte d'informations en

photographiant différents endroits. Deux artistes rencontrés, sur place, ont réalisé une entrevue tout en permettant d'enrichir les connaissances sur le sujet tout en permettant une analyse comparative entre les artistes urbains en Suisse et ceux en Colombie, en vue de détecter les similitudes et les différences liées à la culture et à la géolocalisation. Ainsi, quelques observations sur le terrain sont prises en considération dans la recherche pour approfondir l'analyse des données. En effet, celles-ci ne sont pas détaillées en expliquant une situation donnée, comme dans les recherches ethnographiques. Toutefois, elles sont intégrées et présentées lors de l'étude.

Étant donné la diversité des informations, il est important d'effectuer un choix stratégique, faisable et réaliste quant à la méthode de collecte. Pour ce faire, voici un tableau qui illustre dans les grandes lignes le processus de recueil :

Tableau 1 : Récapitulatif et informations générales de l'étude

Étude	Caractéristiques	Méthode	Échantillon	Outils / instruments	Thèmes abordés
Étape 1 : Qualitatif	Artistes urbains ou graffeurs expérimentés dans le domaine en Suisse	Entretiens semi-directif (10 à 13 questions ciblées) Durée : 30 - 45 min	3 personnes sélectionnées au préalable	Enregistrement vocal (dictaphone), visioconférence si nécessaire, retranscription écrite par ordinateur (Word)	Méthodes artistiques, éthique, esthétisme, environnement bâti, écologie et domaine public
Étape 2 : Qualitatif	Artistes urbains ou graffeurs expérimentés dans le domaine à Medellín en Colombie et qui ont un lien avec la Comuna 13	Entretiens semi-directif (12 à 15 questions ciblées) Durée : 35 - 45 min	2 personnes sélectionnées au préalable	Enregistrement vocal (dictaphone), visioconférence, retranscription écrite par ordinateur (Word)	Méthodes artistiques, éthique, esthétisme, environnement bâti, écologie, domaine public, tourisme
Étape 3 : Qualitatif	Responsables de certains départements au sein des municipalités ayant un intérêt pour l'aménagement du territoire urbain	Entretiens semi-directifs (13 à 15 questions ciblées) Durée 40 - 45 min	3 personnes sélectionnées au préalable	Enregistrement vocal (dictaphone), retranscription écrite par ordinateur (Word)	Aspects du territoire urbain, culture, tourisme, domaine public, écologie, intérêt pour les projets artistiques

Source : données de l'auteure

La collecte de données suit exactement le même ordre indiqué et n'est pas réalisée de manière instantanée. L'entretien semi-directif avec les artistes permet d'approfondir et d'expliquer certains points essentiels à la thématique afin de détecter d'éventuelles problématiques en lien avec le contexte social. Par la suite, ces informations servent de socle pour cibler les questions posées aux représentants municipaux. L'objectif est de les interroger quant aux différents enjeux de l'art urbain. Les thématiques abordées avec ces trois types de

profils sont assez similaires. Pour les artistes urbains en Suisse et ceux en Colombie, les mêmes questions sont posées. Toutefois, les artistes colombiens sont également interrogés sur l'attractivité touristique du Street Art dans la Comuna 13. C'est ce qui explique l'augmentation du temps de l'interview et le nombre de questions. En ce qui concerne les responsables municipaux, les sujets abordés sont liés à ceux des artistes urbains, cependant, les questions sont adaptées. Ayant conscience du manque d'expertise dans le domaine du Street Art, contrairement aux artistes, les questions sont ajustées de manière générale pour obtenir une vision stratégique des zones urbaines.

6.2.1. Grille d'entretien

À l'aide des données secondaires, présentées précédemment, il est possible d'identifier les grandes thématiques qui englobent le concept afin d'élaborer une grille d'entretien pour chaque groupe cible. Les entretiens sont semi-directifs et les réponses sont ouvertes. Deux grilles d'entretiens sont élaborées (annexe I & II). Les questions sont assez générales et laissent une certaine marge d'interprétation, tout en incluant quelques questions de relance. De plus, des objectifs sont également définis pour chaque question pour ne pas perdre de vue le sens de la question afin de faciliter la relance de manière spontanée si nécessaire. Une brève introduction sur le sujet est effectuée le jour de l'entretien pour permettre la compréhension des questions, toutefois, sans entrer dans les détails pour éviter toute influence dans leurs réponses.

6.3. Étape 2 : Traitement de l'information

Cette étape permet de trier et d'organiser les données collectées de l'étude. Ainsi, les entretiens sont enregistrés et sont retranscrits tels quels. Cependant, il convient de souligner que l'étude n'a pas pour objectif de réaliser une interprétation implicite des phénomènes. Ainsi, les temps de pause, les réactions, les murmures et tout autre élément subjectif ne sont pas pris en compte dans la retranscription. L'approche de l'étude est de nature socio-économique plutôt que psychologique. En d'autres termes, les réactions des participants ne sont pas pertinentes pour le compte-rendu de l'étude.

Pour les artistes colombiens, la grille d'entretien est traduite et les réponses sont retranscrites en espagnol, puis traduites en français. En tant que bilingue français et espagnol, la retranscription ainsi que la traduction ne posent pas de problème. Pour faciliter la compréhension du lecteur, il est possible que certaines phrases soient légèrement remaniées.

6.4. Étape 3 : Analyse de l'information

L'analyse de l'information joue un rôle essentiel dans l'interprétation et la compréhension des données collectées, en vue de présenter les résultats et de tirer des conclusions. L'étude qualitative suit un ordre chronologique composée de trois phases distinctes : la préanalyse, l'exploitation du matériel et le traitement des résultats (Bardin, 2013).

La technique de codage est utilisée pour repérer les thèmes récurrents et les relations entre les variables. Dans cette analyse, il est attribué un code alphabétique pour chaque répondant afin de les différencier qui est complété par des abréviations spécifiques pour indiquer leur profil : artiste colombien (AC), artiste suisse (AS), responsable municipal (RM). Par conséquent, un répondant serait identifié comme "Participant A (AS)". Le codage permet également la création d'une grille d'analyse facilitant la synthèse des données et permettant d'identifier les différences et les similitudes entre les entretiens.

La dernière étape de l'analyse consiste à interpréter les résultats et à examiner les données afin de tirer des conclusions sur les thèmes émergents (Braun & Clarke, 2006). L'objectif est de décrire, d'expliquer et d'interpréter les données pour une meilleure compréhension (Corbin et Strauss, 2008). Les résultats obtenus permettent de formuler certaines hypothèses et d'établir des liens entre les différents profils. Dans l'élaboration de recommandations, il est important de tenir compte de ces aspects afin de proposer des solutions adaptées à son contexte.

7. DESCRIPTION DES DONNÉES RÉCOLTÉES

Comme indiqué précédemment, cette section vise à analyser, décrire et interpréter les données collectées. Ainsi, des thèmes sont identifiés pour mieux comprendre les points communs et les différences entre les répondants. En quelques mots, cette section permet de donner une vue d'ensemble des résultats de l'étude, en fournissant une synthèse claire et concise des réponses de chaque participant.

7.1. Mise en contexte : le cas de la Comuna 13 à Medellín, Colombie

Avant d'aller plus loin, il est important de faire une mise en contexte. Comme expliqué précédemment, des interviews sont menés auprès d'artistes colombiens qui habitent dans la Comuna 13 à Medellín. Le choix s'est porté envers cette destination en raison de l'évolution de son histoire.

La Comuna 13, autrefois un haut lieu de violence, était considérée comme l'un des quartiers les plus dangereux de Medellín. La position stratégique de ce quartier, qui reliait les montagnes et le centre de la ville, permettait aux cartels d'utiliser ce passage pour transiter de la drogue sans être attrapés. Quotidiennement, les habitants vivaient des homicides, des enlèvements, des trafics de stupéfiants, etc. Une grande insécurité régnait au sein de ce quartier. À leur tour, les groupes d'extrême gauche, appelés "los guérilleros", comme FARC (*Forces armées révolutionnaires de Colombie*), ELN (*Armée de libération nationale*) et CAP (*Commandos armés du peuple*) s'emparent du territoire en prolongeant la terreur avec des fusillades, des assassinats, etc. Les forces publiques cherchent à reprendre le contrôle de ce quartier à travers plusieurs tentatives. Les plus grandes opérations sont l'opération Mariscal et l'opération Orion. La première a lieu le 21 mai 2002, toutefois, celle-ci n'aboutit pas aux milices. Ainsi, la deuxième se déroule le 16 et le 17 octobre 2002 et met un terme aux guérilleros en causant plusieurs morts, mais permet à l'État de récupérer la Comuna 13. Lors de cette reprise étatique, les habitants vivent un véritable massacre qui se traduit par une guerre urbaine (*Guerre urbaine dans la Comuna 13 de Medellín (2001-2003)*, 2023).

Des initiatives de réhabilitation urbaine, de développement communautaire, d'éducation et de promotion culturelle sont mises en place pour favoriser la paix et la reconstruction du quartier. Aujourd'hui, la Comuna 13 représente un symbole de la transformation sociale à l'aide de ses escaliers mécaniques et de l'art urbain. Des jeunes du quartier, baignés dans le milieu du hip-hop, ornent les façades autour de ces escaliers de graffitis et de murales. Ces œuvres illustrent l'histoire troublante tout en offrant des visites et en contribuant à l'essor du tourisme (Naef & Modoianu, 2023).

Figure 14 : Fresque murale de l'opération Orion – Comuna 13



Source : données de l'auteur

7.1.1. Observations sur le terrain

Cette section a pour but de donner un aperçu de quelques faits qui ont été relevés sur le terrain par le biais de l'observation ou de discussions informelles avec la population locale en Colombie et en Suisse.

De manière générale, la Colombie n'est pas nécessairement l'une des premières destinations qui viennent directement à l'esprit d'un touriste. Selon les témoignages de certains guides touristiques rencontrés sur place, de nombreux visiteurs reçoivent divers avertissements de la part de leur entourage avant de se rendre en Colombie. Toutefois, une fois sur place, les visiteurs sont agréablement surpris et ne se sentent pas en danger. L'image de la Colombie suscite une certaine méfiance qui peut dissuader de potentiels visiteurs. Cette perception négative est souvent due à des facteurs tels que les conflits, les violences associées au trafic de drogue, les forces armées, etc.

Les Colombiens sont très sensibles à leur histoire et ne sont pas fiers des violences commises par l'un des plus grands barons de la drogue, Pablo Escobar. Des excursions sont toujours organisées autour de cette thématique, bien que certaines attractions touristiques de cette période ne soient pas conservées, comme la prison "la Catedral" qui est convertie en un monastère. Selon les guides touristiques, les Colombiens ne s'intéressent pas forcément à ce type d'activités, qui sont plutôt destinées aux touristes étrangers.

Selon le témoignage d'une résidente de la Comuna 13, qui a souhaité préserver l'anonymat, elle a affirmé que l'argent généré par le tourisme est actuellement contrôlé par des trafiquants de drogue. Cette déclaration est abordée plus en détail dans la suite de l'étude, car elle nécessite une recherche supplémentaire afin de corroborer ces affirmations.

De manière générale, il est constaté qu'en Suisse ou en Colombie, de nombreux commerces intègrent l'art urbain de manière décorative au sein de leurs établissements. Les photographies, ci-dessous, présentent quelques œuvres d'art tridimensionnelles (3D) réalisées au sein d'un restaurant en Colombie qui se trouve sur une île, appelée San Andrés :

Figure 15 : Photographie d'œuvres tridimensionnelles dans un restaurant – San Andrés



Source : données de l'auteure

7.2. Profil des répondants

Artiste Amsted (Participant A, AS) – Retranscription en annexe III

L'artiste Amsted a débuté sa carrière en tant qu'aide-soignante dans le milieu psychiatrique. Plus tard, elle a choisi de se reconvertir en tant qu'artiste-thérapeute. À travers son travail, elle exploite la créativité de ses patients et utilise différentes techniques pour les aider à communiquer, autrement que par la parole. C'est lors de sa reconversion qu'elle découvre le monde de l'art et qui l'incite à peindre sur les murs. Son style artistique s'apparente à celui du Line Art. Elle cherche à sensibiliser les gens à leur environnement et a pour projet d'aborder certains sujets, tels que la maladie psychiatrique et le handicap, souvent connotés négativement tout en intégrant la nature.

Artiste Jazi (participant B, AS) – Retranscription en annexe IV

L'artiste Jazi est un graffeur, peintre et dessinateur suisse indépendant. Il a suivi une formation d'imprimeur et de graphiste. Aujourd'hui, reconnu nationalement pour ses créations, celles-ci sont également exposées en France et à Monaco. À travers l'art urbain, Jazi cherche à amener un côté positif, vivant et joyeux. Il combine plusieurs techniques et utilise principalement des sprays, des marqueurs acryliques ainsi que des pochoirs.

Artiste CRBZ (Participant C, AS) : Retranscription en annexe V

L'artiste CRBZ est un street artiste suisse spécialisé dans la calligraphie abstraite. À travers ses œuvres, il joue avec les formes et les ombres afin de créer une dynamique et un mouvement. Il a fait ses études en sociologie et en politique sociale à l'Université de Fribourg. Aujourd'hui, il travaille comme animateur socioculturel et consacre son temps libre à la création artistique. CRBZ a participé à de nombreux événements artistiques à la fois au niveau national et international.

Artiste Jomag (Participant D, AC) : Retranscription en annexe VI

L'artiste Jomag est un street artiste colombien qui réside à Medellín, plus précisément dans la Comuna 13. Sa spécialité est la création de figures humaines, inspirées des figures précolombiennes, du réalisme magique et de son environnement. Bien qu'il travaille en tant qu'artiste, il poursuit également des études en arts plastiques à l'université. Jomag a réalisé de nombreuses œuvres, que ce soit dans la Comuna 13 ou dans d'autres endroits en Colombie, ainsi que dans d'autres pays d'Amérique latine.

Artiste John Jairo Uribe (Participant E, AC) : Retranscription en annexe VIII

L'artiste John Jairo Uribe est un artiste urbain originaire de la Colombie qui a vécu dans la Comuna 13 durant la période de violence. Sensible à son histoire de vie, il cherche à transmettre à travers ses œuvres le changement et la transformation de son quartier. Ses créations ne représentent pas la terreur vécue, mais plutôt le changement positif de ses terres natales.

M. Philippe Varone (Participant F, RM) : Retranscription en annexe X

M. Varone occupe le poste de Président de la ville de Sion depuis 2017. En tant que Président, il dirige une équipe d'environ 700 personnes et travaille en collaboration avec le Conseil municipal pour développer de manière stratégique la ville et la région. Avant d'occuper ce poste, M. Varone a suivi une formation dans le domaine de l'économie et a dirigé une entreprise familiale spécialisée dans la production de vin.

Mme Marie-Eve Knoerle (Participant G, RM) : Retranscription en annexe XI

Mme Knoerle travaille en tant que gestionnaire de projets culturels au sein du Service Culturel de la Ville de Genève, où elle se concentre sur la coordination et la gestion de projets artistiques dans les espaces publics. À l'origine, elle a suivi une formation d'historienne de l'art.

Mme Fanny Allienne (Participant H, RM) et M. Yves Lachavanne (Participant I, RM) : Retranscription en annexe XII

Mme Allienne est la responsable de la division Nature du Service des parcs et domaines à Lausanne. Elle est chargée de la gestion des projets liés à la biodiversité et travaille à renforcer, améliorer et préserver la biodiversité. Elle est également responsable de toutes les questions liées à l'aménagement extérieur et à la construction, en veillant à ce que les projets soient conformes aux normes en matière de planification et de biodiversité.

M. Lachavanne est le responsable de la division Bureau espace public et paysage du Service des parcs et domaines à Lausanne. Il est chargé des projets de renouvellement et d'aménagement de l'espace public, et collabore également avec d'autres services pour l'aménagement du domaine public. Sa division se charge de garantir la qualité des aménagements sous l'angle paysager.

7.3. Présentation et analyse des résultats

7.3.1. Thème 1 : La vision du monde de l'art urbain

Il s'agit du premier thème central de ce travail qui analyse les diverses perspectives de l'art urbain en tenant compte des différents acteurs, qu'il s'agisse des artistes suisses et colombiens ou des représentants municipaux.

La perception de l'art urbain varie selon les individus, mais certains points communs émergent. De manière générale, l'art urbain se déploie principalement dans l'espace public, ce qui le distingue de l'art traditionnel souvent associé à une élite. Son accessibilité à tous, favorise une prise de conscience collective plus large. Comme l'a souligné le participant A (AS) : « *L'art urbain permet d'ouvrir les esprits, les frontières, les limites et de pouvoir prendre conscience de choses qui se passent ailleurs.* ». Ainsi, cette pratique artistique joue un rôle essentiel dans la diffusion de messages et d'idées, qu'ils soient politiques, sociaux, environnementaux ou artistiques. Cependant, l'art urbain peut également être pratiqué sans avoir une intention précise de transmission de messages, comme le mentionne le participant C (AS), qui crée des œuvres pour son propre plaisir, sans chercher à exprimer une position claire. Selon ses propos : « *Le fait de ne pas imposer quelque chose, ça laisse une liberté au spectateur de voir quelque chose de différent. J'aime bien le côté que quelqu'un puisse voir un poisson, une montagne ou autre chose. C'est ce qu'il n'y a pas avec un mot ou une punchline. Il y a un impact visuel, mais finalement, une image est imposée.* ». En revanche, le participant B (AS) ne cherche pas nécessairement à transmettre un message, mais plutôt à susciter une émotion positive chez son public. À la différence des autres artistes, ces derniers n'ont pas pour but de communiquer un message clair à leurs spectateurs.

Chaque participant s'accorde à dire que la notion d'esthétique pour une œuvre est subjective et propre à chaque individu. Cependant, leurs définitions personnelles diffèrent et plusieurs conceptions surgissent. Par exemple, le participant D (AC) relève une sorte de conflit moral lié à cette notion : « *Il y a même des gens qui disent : "Je trouve ça beau, mais je n'aime pas le sens moral", donc il y a une sorte de conflit dans l'esthétique. Personnellement, pour toute œuvre, et pas seulement pour l'art urbain, il doit y avoir un dévouement, à mon avis.* »². D'autres participants, tels que H (RM), I (RM), E (AC) et G (RM), ont souligné l'importance de la signification d'une œuvre. Pour le participant F (RM), l'esthétique permet d'avoir un nouveau regard sur ce qui l'entoure. Ces propos font écho à la définition du participant A (AS), pour qui l'esthétique doit séduire, frapper et dégager quelque chose. Par ailleurs, certains d'entre eux évoquent également l'importance du dévouement de l'artiste pour son œuvre, en termes de virtuosité : la technique employée, le temps accordé, et tout autre aspect artistique. Selon le participant B (AS), l'esthétique a plusieurs facettes.

Toutefois, la pratique de l'art urbain peut être controversée, en fonction des situations. Certains considèrent que c'est une forme de vandalisme, tandis que d'autres y voient une expression artistique. La distinction entre l'art et le vandalisme fait souvent débat et dépend de nombreux facteurs, comme l'emplacement, la qualité esthétique, la portée symbolique, le sens moral, etc. Plusieurs participants, tels que A (AS), B (AS), E (AC), F (RM), G (RM) et I (RM), évoquent le problème du "non-respect" de la propriété privée dans le contexte de l'art urbain. Ainsi, ces derniers font une différence entre l'art urbain et le vandalisme. En revanche, selon le participant C (AS), il ne faut pas distinguer ces deux aspects. Pour lui, la différence réside dans la démarche, c'est-à-dire que le vandalisme n'a pas pour but de plaire immédiatement, contrairement à l'art urbain. La participante G (RM) confirme d'une certaine manière ses propos en disant : « *Je ne pense pas que les tags sont destinés à être admirés, alors que les graffitis sont une proposition d'un artiste urbain qui s'adresse à un public.* ». À travers ces quelques lignes, elle évoque également la différence entre les tags et les graffitis.

Aujourd'hui, il devient de plus en plus évident que l'art urbain exerce une certaine influence sur le tourisme et la culture locale. Chaque participant reconnaît qu'il existe un lien entre ces aspects. Le Street Art est considéré comme un lieu d'expression culturelle, permettant de valoriser des espaces publics parfois peu attractifs. Le participant I (RM) explique : « *Souvent, il y a des passages souterrains qui sont un peu glauques et on cherche à les animer avec de l'art urbain.* ». De nombreux touristes sont attirés par les quartiers où l'art urbain est présent,

² Texte original : « *Hay personas que dicen incluso: "Me parece bonito, pero no me gusta moralmente" entonces hay como un choque frente a la estética. Para mí personalmente, por cualquier obra, no solo el arte urbano, debe haber una dedicación, según mi punto de vista.* »

car ils cherchent à découvrir la ville d'une manière différente. Toutefois, le participant D (AC) souligne que le graffiti et le muralisme existent depuis des années, sans que le tourisme et l'art urbain soient associés dès le début. C'est uniquement au fil des années que le tourisme s'est développé autour de l'art urbain. Il explique le fait suivant : « *Il ne fait aucun doute que ce que les touristes recherchent, c'est de connaître ces territoires. C'est ainsi que cette nouvelle alternative de connaître le territoire par l'art urbain. L'art urbain est devenu un conteur et le touriste veut venir écouter ces histoires.*³ ».

7.3.2. Thème 2 : La relation entre l'art, la nature et l'environnement bâti

Le deuxième thème porte sur la relation entre l'art, la nature et le milieu bâti. Cette approche permet de considérer l'environnement tout en réfléchissant à la manière dont elle peut être assimilée avec l'art et le béton.

La thématique de l'écologie est un aspect important pour les participants. La plupart des répondants ont souligné l'existence d'un lien entre l'art et la nature. Selon eux, ce sont deux éléments qui peuvent être combinés. Toutefois, le participant C (AS) ne s'oppose pas à cette association, mais estime qu'il n'y a pas forcément un lien direct. D'après lui, le lien se situe davantage dans l'interaction sociale entre l'artiste et le public. Certains participants ont évoqué la nature, comme une source d'inspiration, tandis que d'autres ont souligné le rôle de l'art pour contribuer à la prise de conscience environnementale. Les responsables municipaux mettent en évidence cette distinction, par exemple, le participant F (RM) affirme : « *Je pense que la nature est la source d'inspiration première, qu'elle soit humaine ou au sens large.* ». Alors que la participante G (RM) énonce le fait suivant : « *Il y a plein d'artistes qui travaillent avec la nature de manière très respectueuse et qui transmettent certaines sensibilités ou qui sensibilisent par leur travail* ». De leur côté, certains artistes ont mentionné la nature comme source d'inspiration, tandis que d'autres ne l'ont pas fait. Nonobstant, tous les répondants ont soutenu que l'art et la nature peuvent être unis d'une manière ou d'une autre. Bien que la nature ne soit pas nécessairement une source d'inspiration première pour certains, ils reconnaissent, à l'unanimité, que l'art peut être un vecteur de sensibilisation pour la préservation de l'environnement.

L'art urbain offre une opportunité de réaménager l'espace public en utilisant des endroits abandonnés ou des murs "ternes" pour leur redonner une nouvelle vie avec de la couleur.

³ Texte original : « *Sin duda, lo que busca el turista, es de conocer esos territorios. Entonces, se conoció esa nueva alternativa de conocer el territorio a través del arte urbano. El arte urbano termino siendo un contador de historias y el turista quiere venir a escuchar esas historias.* »

Ainsi, le Street Art peut ajouter une touche de poésie et d'émotion à un paysage urbain qui peut parfois sembler "froid" et impersonnel. La participante H (RM) explique : « *La nature, c'est beau, donc il n'y a pas forcément besoin de l'améliorer. Ce n'est pas comme un mur.* ». De même que la participante A (AS) qui précise : « *J'essaie de le faire sur des murs qui sont moches en béton ou en parpaing et qui n'ont pas été peints.* ». En effet, cette dernière mentionne aussi qu'elle ne recouvre pas d'autres œuvres déjà réalisées. Elle fait preuve de respect envers les autres artistes ainsi que les endroits qu'elle choisit pour ses créations. Tout comme le participant C (AS), qui accorde également une importance à l'authenticité des lieux : « *(...) Je trouve que leur mandat est super bien fait et réalisé. C'est plus le choix politique de la surface, qui leur a été octroyé, qui me dérange. Dans le sens où, il y a 30 ans, le premier Hall of Fame était réalisé sur les escaliers de Chauderon. Après 30 ans, ces escaliers sont rénovés, et ça ne sera plus jamais un Hall of Fame, car ils ont donné à ces deux artistes le mandat de les peindre.* ». Les "Hall of Fame" sont des murs dépénalisés dédiés aux artistes pour leurs œuvres. À travers ses affirmations, le participant C (AS) explique que ces murs sont attribués à d'autres professionnels, sans prendre en considération le contexte. De son côté, le participant D (AC) met en avant l'importance du patrimoine, de l'histoire des lieux ainsi que les communautés. Autrement dit, ces différentes opinions montrent l'importance de prendre en compte les contextes historiques, culturels et sociaux dans la création artistique et l'aménagement de l'espace public.

Plusieurs participants abordent la notion de l'éphémérité et la pérennité de l'art. Le participant C (AS) avance le fait suivant : « *Par contre, si c'est artistique, c'est éphémère. (...) est-ce qu'il faut restaurer quelque chose qui n'a pas été prévu pour vieillir et qui a été prévu comme éphémère ?* ». Une autre réponse est amenée par la participante G (RM) qui explique : « *Parfois, c'est super intéressant parce que ça marque un moment. Il y a une trace qui reste dans la mémoire et ça permet de rendre les choses très vivantes. Il y a un renouvellement et les choses évoluent. (...) les œuvres éphémères, c'est une autre notion. Elles permettent d'être plus réactif dans l'évolution de l'espace urbain.* ». Lorsque la participante A (AS) est interrogée sur l'assimilation entre l'art et la nature, elle ajoute également le fait suivant : « *(...) le problème dans l'art, c'est que lorsque tu achètes une toile, un dessin ou une fresque. Il faut que ce soit pérenne. La personne a quand même dépensé une certaine somme d'argent, donc elle n'a pas envie que ça disparaisse.* ».

À travers ces quelques phrases, la participante A (AS) explique la problématique de l'éphémérité qui est associée à l'aspect économique des œuvres. À ce propos, le participant D (AC) dévoile le lien entre l'art urbain et le monde du commerce : « *En tant qu'artiste urbain, le problème est que tout ce qui a trait à la peinture murale ou au graffiti est très assimilé à*

*l'économie. Par exemple, on veut m'engager pour peindre un restaurant, un supermarché, etc. Je suis reconnaissant d'avoir pu gagner ma vie grâce à cela, mais maintenant, je ne me sens plus à l'aise pour le faire.*⁴ ». D'autres répondants, tels que A (AS), B (AS), C (AS), mentionnent également la valeur commerciale des œuvres pour des mandats. Les artistes expliquent qu'il existe une distinction dans leur approche entre les commandes commerciales et les projets personnels. En quelques mots, le participant C (AS) affirme : « *Après, ça dépend si je prends pour moi ou pour un mandat.* ». Lorsqu'ils travaillent sur des commandes commerciales, les artistes doivent répondre aux attentes et aux besoins spécifiques de leurs clients. Ils doivent tenir compte de leurs demandes, ce qui peut parfois limiter leurs actions. En revanche, lorsqu'ils créent pour eux-mêmes, les artistes bénéficient d'une plus grande liberté et peuvent explorer de nouvelles idées. Cet aspect économique souligne une certaine différence dans leurs démarches qui se traduit par un équilibre entre la création artistique et la nécessité de gagner sa vie.

7.3.3. Thème 3 : Les préoccupations actuelles

Ce troisième thème met en évidence les préoccupations actuelles, les objectifs et la vision de l'avenir des participants. Ainsi, il s'agit d'une thématique qui aborde différents aspects sociaux et environnementaux.

De manière générale, les représentants municipaux mettent en avant les défis liés à l'urbanisation, tels que le changement climatique et l'absence de végétation. Les participants F (RM), G (RM), H (RM) et I (RM) ont souligné l'importance de préserver les surfaces en pleine terre et la biodiversité tout en créant des espaces publics de qualité. Le participant F (RM) explique : « *C'est clair que l'urbanisation doit être faite de manière qualitative. Pour moi, ça passe clairement par de la densification. Il faut éviter le mitage dans le territoire et densifier les choses au bon endroit. Dans cette densification, il faut trouver l'équilibre entre densité et qualité (...)* ». Le participant F (RM) ajoute également une nécessité croissante de la proximité des services. Il se réfère notamment au modèle d'une "Ville du quart d'heure", qui consiste à offrir les services essentiels à une distance de quinze minutes à pied. Ainsi, la densification est une solution face à l'urbanisation, mais nécessite un environnement de qualité et une planification stratégique. Sur le plan culturel, la participante G (RM) explicite que l'urbanisation peut avoir des effets bénéfiques qui favorisent une multitude d'activités culturelles.

⁴ Texte original : « *Como artista urbano, el problema, es que todo lo que tiene que ver con pintura mural o grafitis está muy asimilado a lo económico. Por ejemplo, me quieren contratar para pintar un restaurante, un supermercado, etc. Agradezco haber podido vivir de eso, pero ahora, no me siento cómodo de seguir haciendo eso.* »

En ce qui concerne les préoccupations sociales, il convient de noter que chaque participant vit dans un contexte distinct et fait face à des situations différentes les unes, les autres.

La vision d'un avenir idéal implique plutôt un changement social, en termes de comportement et d'interaction entre les individus. Pour le participant A (AS), B (AS) et C (AS), il s'agit avant tout d'une question de respect pour les individus, d'éviter les préjugés et les inégalités sociales. Le participant D (AC) souligne les divisions sociales engendrées par l'économie actuelle et qu'il est impératif de repenser le rapport des individus à ce sujet. Il évoque notamment les violences exercées dans les pays les plus défavorisés. Le participant E (AC) est très attaché à sa foi et aspire à un monde de paix et d'amour en raison des violences vécues par le passé.

Le participant G (RM) accorde une importance à la préservation de l'environnement naturel, mais constate des difficultés de concilier les modes de vie avec le respect et la cohabitation avec la nature. Bien que sa vision de l'avenir soit plutôt pessimiste, elle aspire à contribuer à un changement positif. Tandis que le participant F (RM) affirme qu'il est optimiste quant à l'avenir, il est convaincu que des actions doivent être prises pour favoriser le dialogue et la rencontre avec le public.

8. DISCUSSION & INTERPRÉTATION DES DONNÉES

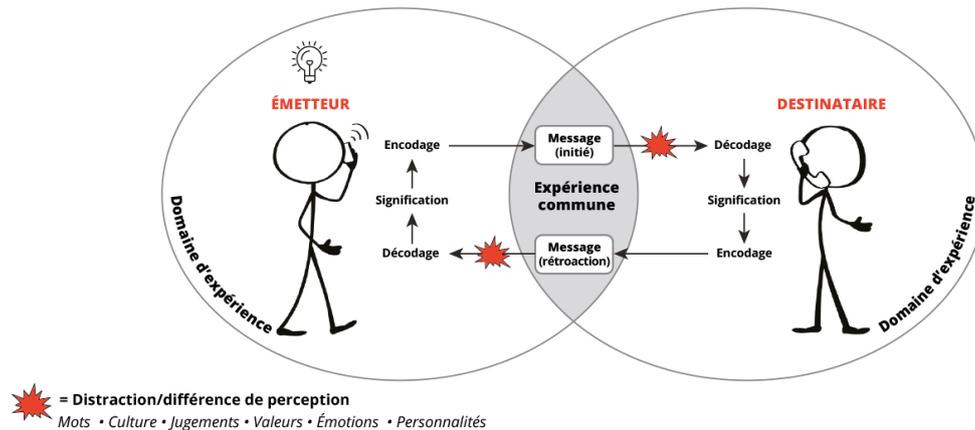
Cette section a pour but d'interpréter les données et de les mettre en relation avec les informations issues de la littérature. Cela permet d'avoir une compréhension plus approfondie des résultats obtenus et d'en tirer des conclusions pertinentes.

8.1. Les principes éthiques du Street Art

Le principe de la communication implique une interaction entre l'émetteur et le récepteur. Le processus de communication entre deux individus est influencé par la compréhension, le ressenti et l'appropriation du message (Séror, 2016).

Le schéma ci-dessous, présente le modèle de Schramm qui permet d'analyser les différentes facettes de la communication entre l'émetteur et le destinataire. Plusieurs obstacles peuvent influencer ce processus, comme les difficultés de l'émetteur à encoder une idée, le choix inadapté du mode de communication, les filtres de perception du récepteur et la rétroaction envers l'émetteur. Selon Schramm, pour qu'un échange soit efficace, l'émetteur et le destinataire doivent partager des champs d'expérience (Royale Architectural Institute of Canada [RAIC], s. d.).

Figure 16 : Schéma du processus de communication selon le modèle de Schramm



Source : Royale Architectural Institute of Canada [RAIC], s. d.

Comme évoqué précédemment, certains participants ont souligné l'avantage de l'art urbain, qui est accessible à tous, permettant de toucher un public très large et de faire passer des messages. Ainsi, l'art urbain a le potentiel de transmettre des principes éthiques à son public. En effet, cette pratique peut servir de moyen pour sensibiliser les spectateurs à certaines questions éthiques liées aux aspects sociaux. Les artistes peuvent utiliser leurs œuvres pour transmettre des propos, faire réfléchir et amener les gens à agir en faveur d'un changement positif dans leur communauté tout en créant un dialogue et un partage. Comme le souligne le participant D (AC) : « *Je pense que, sans aucun doute, c'est le mot le plus important : "pensée critique" pour que les gens puissent vraiment comprendre ces possibilités et changer ce raisonnement du sujet individuel, pour le sujet au sein d'une communauté et contribuant au sein de celle-ci.*⁵ ».

Comment une œuvre d'art urbain est-elle perçue, si elle ne correspond pas aux attentes de son public ? Si celle-ci ne répond pas aux critères d'esthétique, peut-on la qualifier de vandalisme ? Ces interrogations portent sur les enjeux de l'art urbain liés à l'influence de l'esthétique, notamment la distinction entre le vandalisme et l'art. Afin de mieux comprendre la relation entre ces deux notions, les participants sont interrogés sur ces deux aspects.

Ce paradoxe implique une dimension morale qui dépend des valeurs et des principes de chaque individu. La plupart des participants résumant le vandalisme comme le non-respect de la propriété privée. Pourtant, certains d'entre eux expriment une réflexion contradictoire. Selon

⁵ Texte original : « *Creo que, sin duda, es la palabra mas importante: "pensamiento crítico" para que las personas puedan realmente llegar a entender esas posibilidades y cambiar ese razonamiento del sujeto individual, por el sujeto dentro de una comunidad y aportando dentro de ella.* »

eux, si une œuvre est esthétiquement “belle” et conçue de manière illégale, ils ne la catégorisent pas d’acte de vandalisme. Cette contradiction souligne l’influence et le potentiel de l’esthétique, selon leurs propres critères, à changer leur perception d’une œuvre illégale. D’après participant B (AS) : « (...) *ils ont amené une œuvre et ça amoindrie le côté vandalisme.* ». Le participant D (AC) a également partagé quelques anecdotes. Il raconte qu’il a peint dans des espaces, sans autorisation. Lorsqu’il est confronté au propriétaire, celui-ci lui a demandé pourquoi il n’était pas prévenu. Toutefois, il a apprécié l’œuvre et a même souhaité qu’il continue son travail. En d’autres termes, cette divergence souligne l’importance de la perception subjective de l’esthétique qui peut jouer un rôle dans la vision entre l’art urbain et le vandalisme.

8.1.1. La fonction de l'esthétique : au-delà de l'apparence

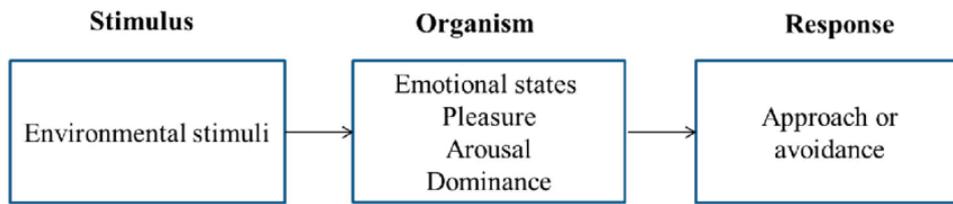
Qu’est-ce que l’esthétique ? Quels sont les facteurs qui influencent la perception chez les individus ?

Les participants sont interrogés sur la définition de l’esthétique, leurs réponses sont diverses et variées. Toutefois, un point commun est relevé dans leurs définitions : l’émotion. L’émotion a un impact essentiel dans la perception des œuvres d’art. La tristesse, la joie, la colère, la peur ou l’émerveillement, l’émotion peut prendre différentes formes selon chaque individu. Les artistes peuvent chercher à provoquer une émotion particulière chez leur public en utilisant différents moyens tels que le choix des couleurs, des formes, des textures, etc.

L’artiste peut avoir l’intention de susciter une émotion très spécifique, tandis que dans d’autres cas, elle peut être plus vague ou même libre à l’interprétation. Quel que soit son objectif, l’émotion est un élément clé pour donner un sens à une œuvre d’art. La plupart du temps, les spectateurs cherchent à donner une signification à quelque chose qui n’en a peut-être pas. L’émotion éveillée par l’œuvre peut conduire à une compréhension et une appréciation plus profonde de celle-ci, même si cela peut varier d’un individu à un autre.

Le modèle S-O-R (Stimulus, Organisme, Réponse) est une notion utilisée en psychologie. Selon cette théorie, l’environnement joue le rôle de stimulus qui éveille une émotion à l’intérieur de “l’organisme” d’un individu. Cette émotion entraîne à une réponse comportementale. Ce processus peut se réaliser de manière consciente ou inconsciente (Kishore, 2021).

Figure 17 : Schéma du modèle S-O-R



Source : De Villiers et al., 2018

Le chercheur, Mario Borillo, aborde la notion d'émotions esthétiques. Selon lui, le jugement de valeur esthétique permet d'émettre une opinion positive ou négative pour un objet ou un spectacle. Les émotions esthétiques n'englobent pas seulement le côté agréable, mais également désagréable. Certaines œuvres peuvent nous plaire, mais évoquer des émotions négatives comme de la tristesse ou de la nostalgie. La "révision" est le processus qui survient, lorsqu'une émotion ne correspond pas à nos attentes initiales. Cette émotion peut inciter à reconsidérer les attentes et à les réviser afin de mieux comprendre l'œuvre tout en trouvant une cohérence. Ces processus sont essentiels pour développer une appréciation plus profonde de l'art et permettre une meilleure compréhension des fondements des jugements (Borillo, 2005).

« *La beauté artistique ne réside pas dans la représentation d'une belle chose mais dans la belle représentation d'une chose.* » – Emmanuel Kant (Cuevas, 2022)

La citation de Kant soutient que la beauté artistique ne dépend pas de la représentation d'un objet beau, mais plutôt de la manière dont il est représenté. C'est la qualité de la représentation, et non la beauté de l'objet représenté, qui détermine la valeur esthétique.

L'esthétique est une notion subjective qui ne peut pas être définie de manière absolue. Toutefois, l'émotion est un élément central qui permet aux œuvres d'art de prendre un sens et de provoquer une réaction auprès de ses spectateurs. Les artistes jouent un rôle important dans la création et la transmission d'émotions en utilisant leur propre sensibilité et vision du monde. L'émotion joue un rôle déterminant dans la façon dont les gens perçoivent l'art et l'esthétique.

8.2. Artistes colombiens versus suisses : différences ou similitudes ?

La comparaison entre les artistes colombiens et les artistes suisses permet de comprendre leur état d'esprit et de déterminer si cela exerce une influence quant à leur pratique artistique.

Le contexte social est l'un des premiers facteurs déterminants qui expliquent leurs différences. La situation politique et économique en Colombie diffère considérablement de la Suisse. La Suisse connaît un cadre économique stable et un niveau de vie élevé pour sa population. Par ailleurs, la culture latino-américaine est très distincte de la culture européenne. De manière générale, les artistes suisses n'ont pas nécessairement de revendications sociétales fortes ou de mouvements importants, du moins, pas de la même manière qu'en Colombie. L'image de la Colombie est souvent associée à ses nombreux problèmes, tels que les trafics de drogues, d'armes, de corruption, etc. Le pays est réputé pour la violence de son histoire et la population ne bénéficie pas du même niveau de vie, par rapport à la Suisse.

Une différence notable, entre les artistes colombiens et les artistes suisses, réside probablement dans le fait que les Suisses ne cherchent pas toujours à transmettre un message dans leurs œuvres, alors que les Colombiens ont généralement cette intention. Une des raisons possibles est la suivante : « *Un écrivain colombien, Mario Mendoza, a dit que nous, artistes colombiens, sommes condamnés à parler de la violence, de la résistance et de tout ce qui se passe sur notre territoire. Car c'est ce que font les artistes, ils s'inspirent de ce qu'ils vivent au jour le jour pour pouvoir parler à travers leurs œuvres. Il a ajouté que, malheureusement, les artistes latino-américains sont condamnés à se répéter parce que la violence est toujours présente. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas de violence dans d'autres endroits, comme en Europe, mais il ne fait aucun doute que la violence en Amérique latine est un thème très important, car c'est ce qui se passe au quotidien.*⁶ » (Participant D, AC). D'après ses propos, les artistes colombiens sont condamnés à parler de violence en raison de leur contexte. Ainsi, cette affirmation dévoile l'influence de l'environnement quant à la création.

Bien que leur contexte diffère, il y a quand même certains points communs qui peuvent être évoqués. Les participants C (AS) et D (AC) ont tous deux mentionné la notion de l'individualisme. Le participant C (AS) se définit comme anticapitaliste et désapprouve la tendance à individualiser les problèmes sociaux et environnementaux. Quant à lui, le participant D (AC) explique l'importance d'une communauté coopérative, cependant, le capitalisme a contribué à l'individualisme. Par ailleurs, les deux artistes soulignent également la connexion entre l'histoire d'un endroit et ses habitants. Le participant C (AS) expose le fait suivant : « *L'histoire qu'il y avait avant, ça permet de garder les gens. Et puis ça veut dire sortir*

⁶ Texte original : « *Un escritor colombiano, Mario Mendoza, decía que nosotros los artistas colombianos estamos condenados a hablar sobre las violencias, la resistencia y sobre todo lo que ocurre en nuestro territorio. Porque eso hacen los artistas, ellos toman lo que viven día a día para poder hablar a través de su obra. Él decía que, lastimosamente, los artistas latinoamericanos están condenados a repetir porque las violencias aún siguen estando presente. Eso no significa que en otras partes no haya violencia como en Europa, pero sin duda que las violencias en Latinoamérica tienen un tema muy importante porque es día a día lo que ocurre.* »

des gens de l'espace qu'ils occupaient quelque part. Si on ne respecte pas, c'est comme si on les sortait ». À son tour, le participant D (AC) évoque : « *Dans mon travail, j'essaie de faire comprendre aux gens qu'il existe des communautés qui se sont formées par le biais de la combite. La combite est un mot qui existe ici en Colombie, pour décrire les processus de façonnage des quartiers et des territoires, par l'intermédiaire de toutes les personnes réunies. Pour aller de l'avant, je pense qu'il est important de comprendre le passé et d'être en mesure de l'apporter aux communautés.*⁷ ». Ces deux discours soulignent l'importance de comprendre le passé tout en respectant la communauté pour construire l'avenir. Malgré des contextes différents, il est possible de constater que ces derniers se sentent concernés et soucieux par leur environnement social et politique.

Les artistes suisses et les artistes colombiens se sentent moins à l'aise de réaliser des œuvres à des fins commerciales. Dans son discours, le participant B (AS) explique qu'il a perdu une certaine spontanéité, car il doit s'adapter selon le mandat et les demandes de son client. Lorsqu'ils réalisent des projets personnels, ils bénéficient d'une plus grande liberté pour explorer de nouvelles idées. Les artistes suisses et les artistes colombiens ne se plaignent pas de cette situation, mais souhaitent pratiquer leur art de façon différente.

Bien qu'il soit plus évident de relever les différences, il est préférable de mettre en lumière les similitudes pour comprendre les problématiques auxquelles les artistes sont confrontés de manière générale.

8.2.1. Le tourisme dans la Comuna 13

Le tourisme à Medellín a beaucoup évolué, en particulier dans la Comuna 13. La question principale qui se pose est la suivante : comment l'art urbain a-t-il influencé l'attractivité touristique de la Comuna 13 suite aux violences ?

Auparavant défavorisé, le quartier a connu de nombreux changements ces dernières années. En 2012, l'inauguration des escaliers électriques a permis d'améliorer la mobilité de la population locale. Ces escaliers en plein air ont commencé à attirer l'attention de certains visiteurs. Les jeunes artistes y voient une opportunité pour embellir les façades avec des graffitis, ce qui renforce l'attractivité touristique. Au fur et à mesure, les commerces s'établissent, tels que des boutiques de souvenirs, des bars, des cafés, etc. Ainsi, un boom

⁷ Texte original : « *En mi obra, trato de hacer entender que hay unas comunidades, que se han conformados a través del combite. El combite es una palabra que existe aquí en Colombia, para describir los procesos de conformación de los barrios y de los territorios, a través de todas las personas juntas. Para caminar hacia adelante, para mí, es importante entender el pasado y poder llevarlo a las comunidades.* »

touristique se manifeste et entraîne une augmentation des tours. Les « *combos*⁸ » qui étaient autrefois moins investis, ont commencé à profiter de cette nouvelle activité économique en exigeant une taxe d'extorsion auprès des guides touristiques et tout en consolidant le trafic de drogue (Naef & Modoianu, 2023).

D'après les artistes colombiens, les touristes visitent la Comuna 13 pour le mouvement artistique qui s'y trouve : « *L'art et les graffitis. C'est ce qui les attire beaucoup ici et grâce à cela, ils se rendent compte de la transformation de notre quartier. Avec toutes les œuvres d'art, ils se rendent compte de cela.*⁹ » (Participant E, AC). Suite aux observations réalisées, les visiteurs apprécient également découvrir l'histoire des lieux à travers les graffitis. Pour connaître les explications, les récits et le sens des œuvres, la présence d'un guide est nécessaire pour comprendre la reconstruction sociale de ce quartier.

Après ces quelques informations, une autre question se pose : est-ce éthique de transformer la Comuna 13 en une attraction touristique ?

Le tourisme mémoriel est une forme de tourisme qui consiste à organiser des visites de lieux historiques marqués par un événement douloureux, tel que des tragédies, des guerres, etc. On peut distinguer trois types de visiteurs ; ceux qui ont un rapport personnel (descendant de victimes, etc.), ceux motivés par une démarche scientifique et ceux motivés par l'attraction touristique. Cette dernière catégorie s'appelle également le tourisme noir (Crahay, 2014).

Les deux artistes colombiens ont exprimé des perspectives distinctes à l'égard de cette question. L'un étant plus optimiste quant aux avantages du tourisme, tandis que l'autre adopte une approche plus réaliste en pesant le pour et le contre. Ce dernier explique que l'art urbain était destiné à la population locale dans un premier temps. Cependant, l'arrivée du tourisme a entraîné des changements. Selon lui, il devient de plus en plus difficile de peindre dans la Comuna 13, en raison de l'affluence de touristes qui perturbent la tranquillité nécessaire pour travailler. De plus, il ajoute que les artistes sont désormais obligés de payer pour pouvoir peindre sur les murs. Quant à lui, le participant E (AC) souligne plutôt l'avancée économique et le changement social de la Comuna 13. Il considère le tourisme comme une opportunité pour aller de l'avant en gardant une vision orientée vers l'avenir, plutôt qu'un passé douloureux.

⁸ Combos : désignation locale des gangs

⁹ Texte original : « *El arte y los graffitis. Eso es lo que les atrae mucho acá y por medio de esto, se dan cuenta de la transformación de nuestro barrio. Con todo el arte, se dan cuenta de eso.* »

La Comuna 13 a connu une évolution en allant d'une proposition artistique attrayante à une situation différente liée à la corruption, malgré les avantages économiques et sociaux associés au tourisme. La situation dans la Comuna 13, où les problématiques de drogue et de tourisme se mêlent, représente une réalité distincte et complexe. Par conséquent, il convient de mettre l'accent sur la question de la gestion du territoire qui est étroitement liée à ce problème. À ce sujet, le participant D (AC) révèle que les personnes chargées de la gestion du tourisme ont une compréhension limitée de l'art urbain. Selon lui, la prolifération de publicités et de commerces nuit à l'authenticité des lieux et influence l'expérience touristique.

8.3. Relation avec le domaine public

Quelle est la relation entre l'artiste et l'espace public ? En quoi les acteurs de l'aménagement du territoire sont-ils concernés ? Est-il possible de planifier l'art urbain ?

Le façonnement du territoire est un sujet de plus en plus évoqué qui suscite une préoccupation. D'après la chercheuse canadienne Suzanne Paquet, le paysage est considéré comme un phénomène citoyen, qui se reflète par une nécessité de connexion avec la nature (Paquet, 2010). L'art urbain a le pouvoir d'embellir les espaces et s'utilise davantage dans de nombreux pays pour rendre les villes plus attractives. Ainsi, le paysage est devenu un produit de consommation, soumis aux impératifs économiques et aux demandes de la société. Cette évolution a entraîné une transformation du paysage, qui est devenu un élément clé de l'identité urbaine tout en devenant un enjeu pour les politiques publiques.

L'art urbain était à l'origine un mouvement social qui permettait de dénoncer les injustices vécues par la population en réaction aux politiques publiques (Smets, 1995). Bien que ses origines soient illégales et destinées à s'opposer aux pouvoirs publics, on parle maintenant d'une collaboration entre les représentants municipaux et les artistes. « *Nous ne sommes plus les "petits garçons" qui vandalisent, mais les artistes de la Comuna 13. Aujourd'hui, la mentalité est très différente.*¹⁰ » (Participant D, AC).

Par ailleurs, le participant I (RM) met en évidence le fait suivant : « (...) on prend comme exemple toutes les grandes métropoles comme Berlin, New York, etc. qui sont au bénéfice d'œuvres et d'expression, je ne pense pas que Lausanne puisse rivaliser en termes d'art urbain. ». En Suisse, la première fresque légale est réalisée à Sion en 2002, soit une trentaine d'années s'est écoulée après les premières peintures à New York. À ce propos, plusieurs

¹⁰ Texte original : « Ya no somos más los "muchachitos" vandálicos, si no que ahora somos los artistas de la Comuna 13. Ahora, hay una mentalidad muy distinta frente a eso. »

participants ont relevé que l'art urbain n'est pas suffisamment exploité. En effet, d'après le participant F (RM) : « (...) *le Street Art est un art qui permet de faire visiter et voyager le public au travers d'une ville et de la découvrir. Je trouve que c'est quelque chose de très intéressant. Mais je pense que l'on ne l'exploite pas assez et qui pourrait être un vrai projet.* ». La Suisse a beaucoup de retard dans ce domaine : « *Je pense que la Suisse a des siècles de retard. Non plutôt des décennies pour ça ! À tel point, qu'à Berlin, c'est mal vu lorsqu'il y a des commandes de fresques.* » (Participant C, AS). Le participant F (RM) qui est un responsable municipal, et le participant C (AS) qui est un artiste, partagent le même point de vue en ce qui concerne l'utilisation tardive de cette forme d'expression. Dans ce cas, pour quelles raisons ne collaborent-ils pas ?

De manière générale, il est possible de déduire qu'il existe un manque de communication entre ces deux acteurs. Lors de son interview, la participante A (AS) a exposé sa volonté de créer un projet artistique lié au handicap et à la maladie psychiatrique. Toutefois, elle a raconté qu'elle rencontrait certains obstacles pour le concrétiser, en raison d'une difficulté à trouver des partenaires. Par ailleurs, le participant C (AS) relate le fait suivant : « (...) *c'est un problème qu'il y a de façon assez générale chez les urbanistes ou chez les gens qui réfléchissent à l'espace public. Lorsqu'il y a une nouvelle idée, ils oublient toujours qu'il y a quelqu'un qui occupait l'espace avant et ils imaginent toujours d'y amener un nouveau public avec leurs rénovations.* ». Selon lui, les urbanistes ont tendance à négliger les utilisateurs de l'espace, lorsqu'ils proposent de nouvelles idées de rénovation.

Il est évident que les dirigeants doivent prendre en considération plusieurs enjeux et trouver des façons adéquates pour interagir avec la population. Le participant F (RM) estime que la communication, l'écoute et la participation sont essentielles pour collaborer et recréer une confiance avec les politiques : « *Quand on crée des conditions de rencontre, je pense que c'est notre rôle, on arrive à faire des belles choses ensemble. Mais je pense que c'est vital et nécessaire, autrement, on voit qu'on est à la fin d'un cycle. C'est vraiment dans le dialogue qu'on trouve des solutions, ce n'est pas avec des règlements. Il faut créer la communication et être capable d'écouter. Les notions de participations, elles sont essentielles et faut vraiment travailler avec ça au quotidien. On voit bien qu'on doit recréer de la confiance avec les politiques et le moyen pour le faire, c'est avec la proximité.* » (Participant F, RM). Selon lui, la solution n'est pas d'imposer des réglementations, mais de favoriser une méthode plus participative et collaborative en impliquant les habitants dans le processus.

8.3.1. L'utilisation du Street Art à des fins commerciales

Quel est le rôle de l'art urbain pour les acteurs privés ? Comment l'art urbain peut-il contribuer à renforcer l'image de marque et la notoriété des entreprises ?

De nos jours, la présence des graffitis augmente au sein des magasins, les restaurants, les bars, et d'autres établissements. Le Street Art se transforme progressivement en un élément de marketing lié à la vente, représentant ainsi une réappropriation d'un art contestataire à des fins commerciales. Les marques utilisent le Street Art comme moyen de communication afin de se diversifier de manière originale et créative (Valièrgue, 2016). Le participant D (AC) s'exprime également à ce sujet en prenant l'exemple de la Comuna 13 : « *Aujourd'hui, il y a beaucoup de peintures murales publicitaires destinées à la vente. Comme c'est un endroit très touristique, les marques ont profité des artistes et de la communauté pour faire de la publicité et cela finit par devenir un parcours de publicités et de peintures murales qui n'ont rien à voir avec ce qui est réellement fait.*¹¹ ».

Figure 18 : Impressions d'œuvres d'art dans un magasin – Comuna 13



Source : données de l'auteur

À travers ces différentes informations, la question se pose : quelle est la relation entre le Street Art et les publicités ? Aujourd'hui, la publicité fait partie de notre quotidien. En particulier dans les zones urbaines, on la retrouve dans les espaces publics, sur les façades, les murs des rues, les panneaux, etc. Les municipalités mettent à disposition le mobilier urbain comme support d'espaces publicitaires pour les entreprises (Valièrgue, 2016).

À ce propos, le participant D (AC) considère la publicité comme un acte de vandalisme : « *Pour moi, la publicité est un acte de vandalisme. C'est une saturation de choses et de ventes,*

¹¹ Texte original : « *Hoy en día, hay muchos murales de publicidad y hechos para vender. Como es un lugar muy turístico, entonces las marcas han aprovechado tanto de los artistas y de la comunidad para poder publicitar y termina siendo un recorrido de publicidades y de murales que no tienen un trasfondo a lo que verdaderamente se hace.* »

il n'y a pas de véritable contexte au-delà d'essayer de vendre quelque chose. (...) Mais quelle est la différence entre une personne qui n'aime pas les graffitis et la publicité ? En tant que graffeur, je n'ai pas d'argent pour payer, alors que les industries en ont. La publicité est moralement considérée par la société comme quelque chose d'acceptable, même si elle affecte l'espace public d'un point de vue esthétique. En revanche, les graffitis et les peintures murales n'ont pas les moyens de financer ces espaces.¹² ».

Figure 19 : Photographie d'affiches publicitaires – Lausanne



Source : données de l'auteure

Dans le cas présent, on peut constater que les affiches publicitaires ont subi une certaine dégradation et peuvent être considérées comme une pollution visuelle. L'accumulation de ces affiches peut donner une impression d'abandon et nuire à l'esthétique de l'espace public. Ainsi, leur réelle utilité peut être remise en question, étant donné qu'elles ne remplissent plus leur objectif initial qui était de promouvoir un produit ou un service. Par ailleurs, il est important de souligner que cette dégradation peut avoir des conséquences écologiques, si elles sont abandonnées dans l'environnement.

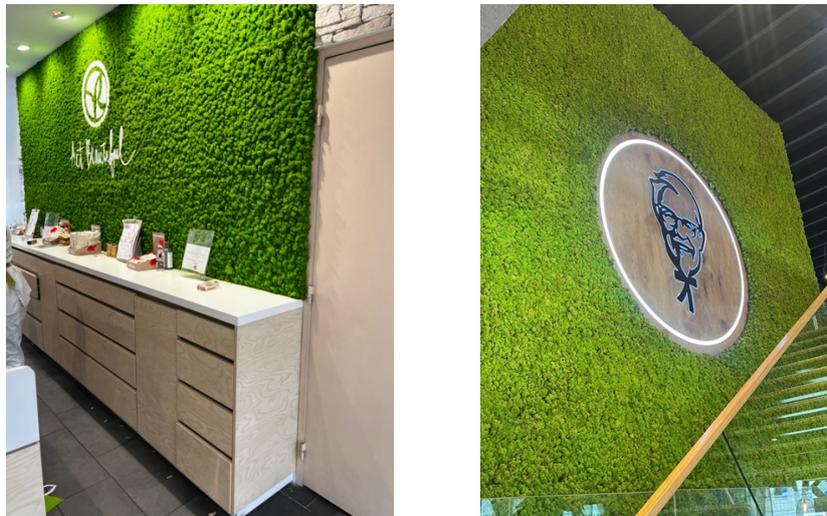
En raison de l'omniprésence des publicités, les passants commencent à ne plus y prêter de l'attention. Être capable de marquer les esprits devient un enjeu pour les publicitaires, ce

¹² Texte original : « Para mí la publicidad, si es un vandalismo. Es una saturación de cosas y de venta, no hay un trasfondo real más allá de venderte algo. Además, son las grandes industrias que tienen el dinero para pagar. A mí, que me toca verlo todos los días, no me gusta. ¿Pero qué ocurre? ¿Cuál es la diferencia entre una persona que no le gusta el grafiti y la publicidad? Yo como grafitero no tengo el dinero para pagar eso, en vez que las industrias sí. La publicidad está considerada moralmente por la sociedad, como algo que está bien, aunque afecte estéticamente el espacio público. En vez que el grafiti o el mural, no tiene el dinero para pagarse esos espacios. »

qui les pousse à utiliser de nouvelles méthodes pour se distinguer les unes les autres. L'émergence du graffiti entraîne les entreprises à s'intéresser davantage à cette pratique qui provoque une réaction chez le passant et qui le transforme en un spectateur (Valiergue, 2016). Après ces quelques lignes, le participant D (AC) relève également une des principales différences entre le Street Art et les publicités ; le graffiti est considéré comme illégal, alors que les publicités sont autorisées. Pour la plupart, les artistes cherchent à stimuler le sens critique et à offrir une certaine liberté de jugement, tandis que les publicités imposent leurs points de vue et cherchent à séduire le passant. Néanmoins, elles apportent toutes les deux de la couleur et sont de nature éphémère (Valiergue, 2016).

L'image de marque correspond à la représentation que l'entreprise souhaite véhiculer auprès de son public cible. Cette communication autour de ses produits et de son image peut avoir des effets significatifs sur ses ventes, qu'ils soient positifs ou négatifs. Il est difficile de déterminer si le concept du Green Street Art est utilisé à des fins commerciales. Toutefois, il est constaté que certaines marques intègrent des éléments en lien avec la nature autour de leur logo.

Figure 20 : Photographie de logos de marques associés à des éléments végétaux



Source : données de l'auteure

8.4. Perspectives d'intégration du Green Street Art

De manière générale, les participants ne connaissaient pas le concept du Green Street Art. Toutefois, les participants H (RM) et I (RM) ont assisté à des œuvres qui combinaient la nature et le graffiti lors d'un événement, appelé Lausanne Jardin. Ils n'étaient pas conscients que cette technique puisse être assimilée à ce concept. Cette observation suggère que les

personnes peuvent être exposées à ce type de projet sans connaître la terminologie associée. De même que la participante A (AS), qui utilise le Land Art ou l'art environnemental, pour aider ses patients dans son travail. Bien qu'elle n'ait pas mentionné cette appellation spécifique, sa description correspond parfaitement à cette pratique. Il est probable, qu'elle ne soit pas familière avec cette terminologie ou en raison de barrières linguistiques. Au quotidien, les individus ont l'habitude d'utiliser des termes anglais de manière consciente ou inconsciente. Par exemple, le terme "Street art" qui signifie "art urbain" dans la langue française. Ce cas de figure se traduit par un emprunt linguistique d'une langue à une autre. Certains termes peuvent être facilement reconnaissables, tandis que d'autres peuvent passer inaperçus (Bogaards, 2008). Toutefois, le participant D (AC) explique également une autre raison apparente : « *L'art urbain est un art très récent, et il y a donc une génération de nombreux concepts. Il y a des concepts dont je vais vous dire qu'il s'agit de graffiti ou de muralisme, et demain, un autre artiste vous dira quelque chose de différent avec ses propres arguments. Je pense qu'il y a encore beaucoup d'années avant que certaines choses puissent être cataloguées. Pour l'instant, il existe une multitude de possibilités quant à ce que c'est et ce que ce n'est pas. Nous, les artistes, avons en commun de peindre dans des espaces publics, mais nous vivons des réalités très différentes. C'est pourquoi je pense qu'il est si complexe de pouvoir définir ce qu'est l'art urbain.*¹³ » (Participant D, AC). À travers ses affirmations, le participant D (AC) soulève la difficulté à catégoriser les différents concepts de l'art urbain, mais également des définitions subjectives de chaque artiste, ce qui rend difficile la création d'une définition commune.

En raison d'une possible méconnaissance du sujet, les participants ne sont pas directement interrogés à ce sujet. Les questions sont élaborées de manière indirecte tout en ciblant certaines thématiques du concept. Par exemple, la question a pour objectif de comprendre si les artistes ont l'habitude de considérer le paysage : *Prenez-vous en compte le paysage lorsque vous réalisez vos œuvres ?* Leur réponse permet d'interpréter si cet usage donne l'opportunité d'intégrer d'autres éléments, tels que des végétaux. Tous les artistes, à l'exception du participant C (AS), ont affirmé de prendre en considération le paysage. Ce dernier explique que sa technique requiert une surface lisse, mais qu'il s'adapte et crée des contrastes avec les imperfections du mur. Quant à la participante A (AS), elle explique : « (...) *j'essaie que ce soit cohérent avec l'environnement et qu'il n'y ait pas un aplat de couleur*

¹³ Texte original : « *El arte urbano es un arte muy nuevo, entonces hay una generación de muchos conceptos. Hay algunos conceptos que te voy a decir que es graffiti o es muralismo, y mañana, otro artista te va a decir una cosa distinta con sus argumentos. Creo que faltan muchos años para poder encasillar ciertas cosas. Por ahora, hay un mar de posibilidades frente a lo que es y lo que no es. Los artistas tenemos en común que pintamos en los espacios públicos, pero vivimos realidades muy distintas. Por eso creo que es tan complejo poder encaminar y tener una línea frente a lo que es el arte urbano.* »

qui vienne déranger, même si c'est subjectif. J'essaie que ça fasse écho dans le lieu que je vais peindre avec l'histoire de l'endroit même et je me sers aussi du contexte pour que ça crée vraiment quelque chose d'organique et de vivant comme si ça surgissait du mur ou du support. ».

Les artistes ont l'habitude de s'adapter aux différents endroits proposés et le paysage peut également faire partie de leurs œuvres. De manière générale, ces derniers sont sensibilisés à ce qui les entoure et ont un sens de l'observation très développé. Ainsi, en termes techniques, le Green Street Art est un concept réalisable. Pourtant, l'intégration d'éléments naturels n'est pas un aspect auquel ils ont l'habitude de penser. Par exemple, le participant B (AS) raconte son expérience avec un arbuste dérangent lorsqu'il voulait peindre un mur :

« Il y avait un mur à peindre et un mec me dit : "Tu peux peindre là". Et en fait, il y avait un arbuste. J'admets qu'il me dérangeait un peu, mais je me suis dit de faire avec. Et lui, il est arrivé avec une hache pour le couper. Et moi, je lui ai dit de le laisser, parce que je n'avais pas envie qu'on doive l'enlever pour ça. Mais lui ne s'est pas posé trop de questions, alors qu'on aurait pu peut-être trouver un autre mur ailleurs. Typiquement, je ne serai pas pour qu'on enlève un arbuste juste parce qu'il m'embête. Mais oui, si j'avais un tronc d'arbre ou autre, j'essayerais de l'intégrer. » (Participant B, AS).

Bien qu'il soit dérangé par cet arbuste, le participant B (AS) a choisi de s'adapter à son environnement. Tandis que l'autre artiste ne s'est pas soucié de la plante. En effet, les artistes n'ont probablement pas pensé à l'incorporer dans leur création. Ce type de situation prouve que certains d'entre eux peuvent être confrontés à certaines spécificités du contexte et sont contraints de s'adapter.

D'autre part, certains artistes éprouvent une incommodité à aborder la thématique de l'écologie, en raison des matériaux qu'ils utilisent : *« Personnellement, je ne me sentirais pas à l'aise en travaillant sur le thème de l'écologie, car je travaille avec tous mes matériaux qui ne sont pas très écologiques.¹⁴ » (participant D, AC).*

Comme mentionné, certaines études prouvent qu'une simple représentation de la nature, bien qu'elle ne soit pas physique, permet d'agir sur le moral des personnes. Le participant B (AS) l'énonce de la manière suivante : *« Après oui, les sprays ne sont pas super écologiques, mais les choses commencent à changer. Maintenant, on parle beaucoup d'écologie. (...). Souvent, les gens disent que les villes sont vachement grises. En faisant des fresques,*

¹⁴ Texte original : *« A mi personalmente, trabajar sobre el tema ecológico, no es algo que me sentiría bien porque trabajo con todo mi material que no es muy ecológico. »*

j'amène de la couleur. Mais en faisant des plantes, on peut amener un petit côté nature sur un mur qui était très gris au départ. Il n'y a pas de revendication écologique, mais au final, on amène un côté nature. C'est très modeste en soi, mais ça apporte quelque chose ».

En termes de biodiversité pour les zones urbaines, l'utilisation de matériaux écologiques n'est pas l'une des principales solutions qui créent un changement significatif. Néanmoins, la prise de conscience du public, quant à la beauté de la nature, peut susciter un dialogue qui vise à modifier certains comportements. Par exemple, l'incitation implicite pour favoriser les écogestes permettrait de créer davantage un réel changement.

De leur côté, les responsables municipaux ont manifesté un intérêt particulier pour la thématique : *« S'il y avait des projets artistiques de parcours sur les murs, les arbres, etc., et qu'on joue avec tout ce qui est urbain et qu'il y a un cheminement en ville, moi, je trouve que ce sont des projets magnifiques. »* (Participante H, RM). Tout comme les artistes, les représentants municipaux sont interrogés de manière indirecte. Notamment, cette question a pour but de comprendre les moyens employés par les services publics pour sensibiliser leurs citoyens : *Selon vous, comment l'état peut sensibiliser la population à l'environnement naturel ?* En d'autres termes, l'interprétation de leurs réponses permet de déterminer si leurs modes opératoires peuvent s'aligner avec le concept du Green Street Art. Ces derniers ont évoqué la nécessité de végétaliser les villes, mais également de créer un dialogue avec le public :

« En les mettant à disposition et en créant des messages. (...) Il y aura des espaces nature, dans lesquels on pourra s'ébattre et vivre, et d'autres qu'on va devoir préserver au nom de la biodiversité. » (Participant F, RM).

« L'idée, c'est de créer une sorte d'information autour des œuvres envers le public. On essaie de créer une sorte de prise de conscience de l'espace urbain. (...). Le but, c'est d'activer le regard sur autre chose que le béton. Ce n'est pas le plus évident, mais il y a beaucoup de choses à faire. » (Participant G, RM).

La nécessité de végétaliser les villes est de plus en plus forte, mais également d'attirer l'attention sur celle-ci. Le Green Street Art permet de concilier une surface bétonnée avec la végétalisation en créant un travail artistique qui la met en lumière. Ainsi, ce concept permet de lier ces deux aspects en sensibilisant davantage à la beauté de la nature environnante, qui n'est pas toujours remarquée, en particulier dans les zones urbaines. En fin de compte, comme le souligne le participant F (RM) : *« On a pas mal de moyens aujourd'hui et on est au bon moment pour agir sur cette urbanisation et sur la conception du développement d'une ville ».*

8.4.1. L'éphémère de l'art et la nature

La notion d'éphémère se définit comme étant quelque chose qui est temporaire et de courte durée. Étant donné que le Green Street Art est lié à la nature, une des premières questions qui surgit : devons-nous assurer la pérennité des œuvres de Green Street Art, en raison du caractère éphémère de la nature ?

Comme mentionné plus haut, plusieurs artistes ont évoqué la nécessité de réaliser des œuvres pérennes en raison d'un échange monétaire pour le travail effectué. Le participant D (AC) explique qu'il ne peut pas utiliser des pratiques écologiques : « *Il y a d'autres techniques que je pourrais envisager plus tard. Mais c'est quelque chose de très complexe, en raison de la durabilité des œuvres. Nous utilisons des matériaux qui peuvent être agressifs pour que l'œuvre ne s'abîme pas dans plusieurs années.*¹⁵ ». Les représentants municipaux ont également mentionné la nécessité de conservation de certaines œuvres. Certains d'entre eux expriment la différence entre celles qui doivent être pérennes, et celles qui peuvent durer quelque temps : « *Il faut savoir se dire que ce n'est pas un art qui a une durée de vie comme un certain tableau de 250 ans dans un musée, on le garde seulement pendant quelques années. (...) Mais on peut imaginer que dans quelques années, on redonne un coup de blanc et on remet cette surface à disposition d'un autre artiste.* » (Participant F, RM).

Le caractère éphémère d'une œuvre d'art peut susciter une frustration tant pour l'artiste, l'acheteur ou même son spectateur. D'une part, l'artiste peut ressentir un découragement lié à l'énergie investie pour une œuvre qui ne dure qu'un temps limité. D'autre part, l'acheteur peut être mécontent de constater une baisse de la valeur de l'œuvre au fil du temps. En d'autres termes, chacun d'entre eux peut ressentir une attache émotionnelle. Toutefois, cet aspect est à prendre en considération :

« *La valeur d'éphémère est au regard du temps une valeur de rareté. La limitation dans la possibilité de la jouissance augmente le prix de celle-ci.* » – Sigmund Freud (Solal, 2017)

Le caractère éphémère d'une chose peut lui conférer une valeur de rareté, en raison de sa disponibilité limitée. La rareté peut permettre d'augmenter la valeur et inciter les gens à "payer" plus cher pour l'obtenir. En d'autres termes, la brièveté d'une œuvre ou même d'une expérience contribue à la valeur perçue.

¹⁵ Texte original : « *Hay otras técnicas que puede ser más adelante una búsqueda. Pero es algo muy complejo, por la perdurabilidad de las obras. Nosotros usamos unos materiales que pueden ser agresivos para que la obra no se valla a dañar en varios años.* »

À titre illustratif, l'artiste japonais, Yusuke Asai, a vécu sa jeunesse dans un milieu urbain sans avoir accès à la nature. Depuis 2008, il peint avec de la boue pour créer ses fresques murales. Il utilise des terres de différentes tonalités, récoltées dans les environs pour réaliser ses œuvres de nature éphémère. Au fil du temps, la boue se mouille, se sèche, et s'effrite. De jour en jour, chacune de ses créations se modifie tout comme un être vivant. Il cherche à présenter la relation avec la terre afin de pousser à la réflexion quant à la nature (Yusuke Asai | Yamatane, 2014).

Figure 21 : Œuvres d'art en boue par l'artiste Yusuke Asai



Source : Zhang, 2014

Ainsi, l'artiste raconte son point de vue concernant le caractère éphémère de ses œuvres :

« J'ai accepté la nature éphémère de la boue comme médium, dès que j'ai commencé à peindre avec elle. Une fois sèche, la peinture ne peut pas être essuyée, mais avec l'ajout d'eau, la boue peut être enlevée d'une surface. Je fais ce type de peinture à la terre depuis 2008 et la plupart de ces œuvres ont déjà disparu ! On souhaite que les œuvres d'art soient permanentes, mais essayer de les conserver pour toujours signifierait que ma peinture ne serait plus naturelle. Lorsque j'efface la peinture, c'est triste, mais dans le contexte du monde naturel, tout est temporaire.¹⁶ » Yusuke Asai – (Yusuke Asai | Yamatane, 2014)

¹⁶ Texte original : « I accepted the ephemeral nature of dirt as a medium from the moment I started painting with it. Once dry, paint cannot be wiped away, but with the addition of water dirt can be removed from a surface. I have been doing this type of earth painting since 2008 and most of these works have already disappeared! There is a desire for artwork to be permanent, but to try and keep it forever would mean that my painting would become unnatural. When I erase the painting, it is sad, but within the context of the natural world, everything is temporary. »

L'entretien à long terme d'œuvres de Green Street Art peut s'avérer difficile en raison des conditions météorologiques et de la fragilité de certains matériaux utilisés. Les artistes ont recours à des techniques de conservation pour prolonger la durée de vie de leurs œuvres, tandis que d'autres préfèrent accepter le caractère éphémère de leur travail, comme l'artiste Yusuke Asai. Il est important de garder à l'esprit que la nature est organique et qu'elle est soumise à un cycle de naissance, de croissance, de déclin et de mort. L'éphémérité des œuvres d'art, liée au concept du Green Street Art, peut être perçue comme une manière de refléter la réalité en invitant à la réflexion sur notre propre relation avec la nature et le temps.

9. Recommandations

Après l'assimilation de quelques pistes de réflexion et d'une vision plus éclairée sur le sujet, des recommandations peuvent être formulées concernant la mise en pratique du Green Street Art, en réponse à la question de recherche :

« De quelle manière, l'intégration du Green Street Art, peut-elle contribuer au développement culturel et touristique afin de divertir et de sensibiliser les individus tout en améliorant l'environnement bâti des zones urbaines en Suisse ? »

9.1. Création d'une expérience esthétique

Une œuvre d'art occasionne une réponse esthétique. Comme mentionné, l'esthétisme et l'émotion sont étroitement liés. Les pratiques artistiques permettent de penser autrement l'espace en offrant la réalisation d'une expérience environnementale. L'expérience, tout comme l'esthétique, est également associée à l'émotion. L'expérience esthétique est un terme utilisé pour essayer de définir l'art et de comprendre le plaisir qu'une œuvre d'art procure. L'expérience esthétique est alors liée à l'émotion ressentie par le spectateur face à une œuvre (Bouveresse, 2016).

La plupart des spectateurs cherchent à être immergés et sont à la quête de sens. Les visiteurs s'intéressent à connaître l'histoire et la culture de l'endroit à travers une expérience. Afin d'établir un lien émotionnel avec l'environnement, il est nécessaire de créer une expérience esthétique dans les pratiques de Green Street Art. Les œuvres doivent susciter une émotion qui pousse le public à la réflexion. Les artistes colombiens ont tendance à être plus engagés dans ce sens. Pour comprendre sa démarche, le spectateur cherche à interpréter l'intention de l'artiste. Ainsi, il serait intéressant que les artistes suisses puissent également refléter leurs expériences personnelles dans leurs œuvres d'art. Toutefois, il

convient de noter que cette affirmation peut être considérée subjective et qu'il existe probablement des artistes suisses, qui transmettent des messages, tout comme l'inverse, des artistes colombiens qui ne le font pas. Par ailleurs, il est clair qu'ils vivent des réalités différentes en termes de contexte politique et économique. Il ne s'agit pas de véhiculer des messages contestataires ou des revendications, mais plutôt de créer une émotion auprès de ses spectateurs en se basant sur sa propre expérience.

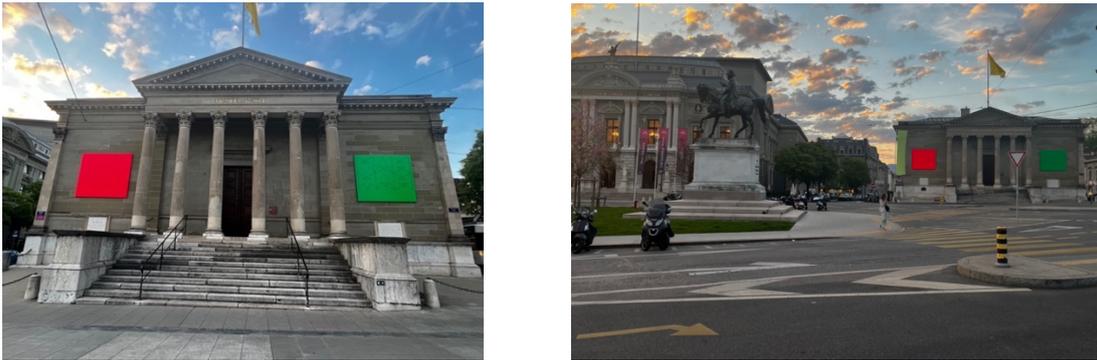
Dans le contexte urbain, le Green Street Art contribue à l'expérience esthétique de la nature. Ces œuvres sensibilisent aux enjeux environnementaux et culturels en tenant compte de la valorisation de l'espace bâti. En d'autres termes, l'incitation des spectateurs à découvrir le contexte urbain et à apprendre davantage sur l'histoire et la culture, contribue au développement culturel et touristique d'une ville.

9.1.1. Penser au-delà des murs : l'importance d'une harmonie !

« *Quelle place tient l'esthétique dans notre appréciation de l'environnement ?* » – (Blanc & Lolive, 2009)

Afin de favoriser l'appréciation de l'environnement urbain, il est nécessaire de le prendre en considération, de l'intégrer et de le mettre en valeur, c'est-à-dire la valorisation de l'espace urbain par l'art. Pour cela, il est important d'avoir recours à un art qui se fonde dans son environnement bâti et qui soit en harmonie avec le paysage qui l'entoure. L'harmonie est une notion qui se définit comme la cohérence et l'adaptation entre plusieurs éléments. Ainsi, elle est associée à une idée d'équilibre et d'adéquation avec son environnement. Comme mentionné, le Green Street Art incorpore la nature et l'art urbain. C'est pour cela qu'il devient nécessaire de penser au-delà des murs et de prendre en considération l'environnement global. Si l'art est conçu pour se fondre avec son milieu, il améliore l'esthétique en le respectant et en créant une profonde connexion. En revanche, lorsque l'art est introduit de manière arbitraire et sans tenir compte du paysage, il peut perturber son harmonie.

Les photographies, ci-dessous, illustrent un exemple d'un monument historique dont les façades sont décorées avec deux tableaux de couleur fluo. Bien que ces tonalités puissent atténuer l'aspect grisâtre des murs, il est difficile de comprendre le sens de ces œuvres étant donné qu'elles ne sont pas en harmonie avec ce qui l'entoure. Il est possible que l'objectif de l'artiste soit de susciter la surprise ou l'attention du public en étant visible et percutant.

Figure 22 : Photographie du musée d'art et d'histoire – Plainpalais, Genève

Source : données de l'auteur

En Suisse, il est observé un retard dans la mise en œuvre de projets liés à l'art urbain, ce qui peut s'expliquer par une certaine prudence ou réticence à adopter pleinement cette forme d'expression. Ce point est abordé plus en détail dans le chapitre "*les potentiels obstacles dans la création de projets*". Certains participants mettent en évidence une distinction entre le graffiti et le tag, l'un considéré artistique, et l'autre associé à des actes de vandalisme. À ce sujet, le participant C (AS) explique : « *je trouve très intéressant les personnes qui n'aiment pas les tags, mais qui apprécient les fresques. (...) car cela choque les gens et les perturbe* ». D'après cette affirmation, si un artiste cherche à "bousculer" ou à "choquer", l'œuvre peut facilement être considérée comme un acte de vandalisme.

Ainsi, il est essentiel pour le Green Street Art d'avoir un impact sur le spectateur sans le choquer, en créant une harmonie qui évite toute confusion liée au vandalisme. L'œuvre doit être capable de captiver le regard du public en étant en accord avec son environnement et en respectant le contexte dans lequel elle s'inscrit. L'artiste doit mener une réflexion approfondie sur son œuvre et la manière dont elle interagit avec l'espace public afin de créer une expérience esthétique cohérente et respectueuse.

9.1.2. La mise en lumière de la nature environnante

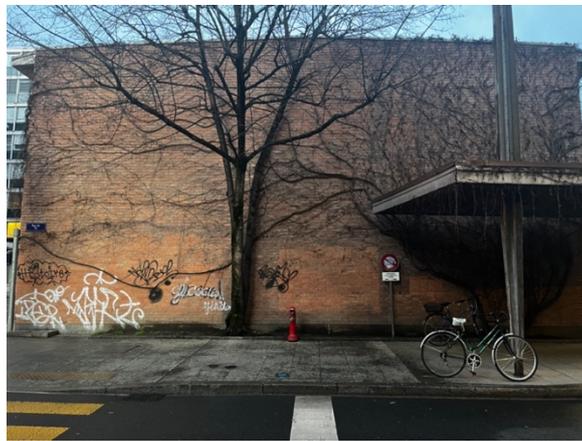
Le Green Street Art n'a pas pour objectif d'augmenter la végétation, mais plutôt de la mettre en valeur. Il ne peut pas répondre à la demande de végétalisation d'une ville, telle que la plantation d'arbres, les façades végétalisées, etc. Cette forme d'art peut être pratiquée de deux façons : de manière ludique, de manière pédagogique, ou les deux en même temps. Par exemple, il peut créer un parcours sur la thématique des écogestes en permettant une réflexion autour des habitudes et des modes de consommation du public. D'autre part, il peut

être utilisé pour rendre une ville plus dynamique en apportant de la couleur à son environnement bâti et en mettant en lumière de la nature.

De manière générale, les individus sont de plus en plus sensibles aux questions écologiques. Bien que certains artistes illustrent la nature dans leur création, ils ne l'intègrent pas systématiquement.

À titre d'illustration, la photographie, ci-dessous, montre une des problématiques dans les zones urbaines. Probablement réalisés de manière illégale, des tags sont inscrits sur le mur et le message est difficilement compréhensible. Ainsi, ces graffitis ne peuvent pas susciter une émotion, mais surtout, ils ne tiennent pas compte des arbres qui les entourent.

Figure 23 : Photographie de graffitis – Genève



Source : données de l'auteur

Cette photographie soulève également la problématique liée à la saisonnalité des végétaux. Celle-ci peut être un défi pour les projets de Green Street Art, car ils doivent tenir compte des changements saisonniers des plantes pour créer des œuvres éphémères qui résistent un temps raisonnable. Dans ce cas de figure, même si les arbres sont dépourvus de leurs feuilles, la création d'une œuvre qui les intègre, en été comme en hiver, est intéressante. Plus précisément, une forme d'art qui se transforme au fil des saisons offre une expérience artistique inattendue.

9.1. Le Green Street Art au service de la promotion territoriale

La marque territoriale est un outil qui cherche à promouvoir et gérer l'image d'un milieu donné en lui conférant une identité distincte. Elle permet d'apporter de la visibilité, de garantir la qualité et de favoriser l'intégration entre les parties prenantes. En d'autres termes, elle

influence les esprits en créant des connexions émotionnelles et psychologiques avec un lieu (Vuignier, 2016).

Ainsi, la marque territoriale s'inscrit dans les démarches qui visent à refléter les atouts d'un emplacement par la gestion de son image et de sa réputation. Le Green Street Art peut être considéré comme un levier pour renforcer la marque territoriale. Elle valorise l'environnement bâti et la nature dans les espaces publics en apportant un aspect ludique. Les habitants et les visiteurs peuvent se sentir plus attachés et développer un sentiment d'appartenance en suscitant de la curiosité et de l'intérêt pour le territoire.

Les projets de Green Street Art offrent un parcours artistique original et attractif pour les visiteurs en stimulant le tourisme. La proposition d'une expérience insolite peut mettre en avant les atouts culturels de la région afin d'influencer de manière positive l'image d'un milieu donné. L'intégration de l'art urbain écologique dans la stratégie de marque territoriale d'un lieu permet de le valoriser, de proposer des expériences touristiques originales et de sensibiliser le public à la protection de l'environnement. Il représente un moyen créatif de renforcer l'attractivité et l'identité d'un espace.

9.1.1. Utilisation du concept de manière responsable

La Comuna 13 est un exemple d'une proposition, très avantageuse, liée à l'art urbain qui a commencé de manière positive pour la communauté et ses visiteurs. Toutefois, son succès a entraîné différentes problématiques ; d'une part la commercialisation excessive de l'art urbain qui conduit à une perte d'authenticité, et d'autre part l'alimentation de marchés illégaux. La gestion de l'art urbain nécessite une organisation, tout en faisant preuve de transparence avec ses habitants :

« Je pense que le tourisme est important, il est nécessaire dans certains territoires et c'est une façon de renforcer la mémoire de ces territoires. Mais tout doit avoir un contrôle, une forme, une dynamique et tout doit être discuté avec les communautés. Le tourisme doit être responsable vis-à-vis des communautés et ne pas être aussi lent et désorganisé que ce qui se passe dans la Comuna 13.¹⁷ » (Participant D, AC).

¹⁷ Texte original : « Creo que es importante el turismo, es necesario en algunos territorios y es un fortalecimiento conocer la memoria de esos territorios. Pero todo debe tener un control, una forma, una dinámica y todo tiene que ser muy conversado con las comunidades. Tiene que ser un turismo responsable frente a sus comunidades y no tan desacelerado y desorganizado como está pasando en la Comuna 13. »

Bien que la Suisse ne soit pas concernée de la même façon, en termes de violences et de drogue, la mise en œuvre du Green Street Art doit être réalisée de manière éthique et responsable.

Le « Greenwashing », également appelé « l'écoblanchiment », est un procédé utilisé par les entreprises qui consiste à véhiculer une image écoresponsable, dont la réalité est toute autre. Cette pratique est considérée comme de la publicité mensongère qui crée une confusion auprès de ses consommateurs (Cordelier & Breduillieard, 2013). Comme mentionné, les marques commencent à utiliser le Street Art comme technique de vente. Le Green Street Art est une nouvelle méthode artistique, qui n'est pas encore très popularisée. Cette pratique, qui intègre des éléments végétaux, peut être confondue et assimilée avec le Greenwashing. En particulier, si certaines entreprises cherchent à s'approprier cette pratique de manière frauduleuse pour véhiculer un message erroné. Afin d'éviter toute confusion, l'adoption d'une mise en œuvre clairement définie permet la prévention d'incohérences qui pourraient nuire à l'authenticité de l'art urbain écologique.

En fin de compte, il ne s'agit pas de vendre un produit à des fins commerciales, mais d'aller à la rencontre du public pour créer le dialogue et le partage dans le territoire. Il convient de faire preuve de transparence entre les communautés et les parties prenantes : « *Je pense que c'est vraiment que dans la rencontre qu'on arrivera à évoluer et à provoquer le changement dans les différents domaines qu'on connaît.* » (Participant F, RM).

9.1.2. Une collaboration transparente

Pour éviter les situations où l'art est perçu comme du vandalisme en raison d'un manque de communication, il est essentiel d'établir un accord préalable avant d'entreprendre des pratiques artistiques. Un échange entre les artistes et les propriétaires des murs permet de clarifier les règles et les attentes de chacun pour prévenir la pollution visuelle et les critiques négatives d'œuvres. Bien que certains artistes puissent être tentés de transformer un mur "grisâtre", il est important de garder un certain respect des lieux. Le participant F (RM) relève le point suivant : « *Si on ne mettait rien à disposition pour ce genre d'expression, je pourrais imaginer qu'à certains moments, on cherche à s'approprier des lieux qui paraissent adaptés, mais là, on n'est pas à l'aise avec ces tags.* ».

La collaboration entre les artistes et les propriétaires des murs peut permettre d'identifier les zones appropriées, tout en respectant ses droits et en préservant l'esthétique des quartiers. L'art urbain, tout comme le Green Street Art, ne peut pas être le seul moyen pour véhiculer

des principes éthiques et environnementaux. Il doit être considéré comme faisant partie d'un ensemble de méthodes qui visent à instruire le public.

Dans une optique de planification de Green Street Art, ou même l'art urbain, la question suivante se pose : la création de projets artistiques, peut-elle entraîner une perte de spontanéité et, par conséquent, influencer l'attrait de l'œuvre ?

Le participant B (AS) raconte son appréciation pour les graffitis illégaux réalisés sur les métros de New York : « *Ce n'était pas un triste wagon gris qui vient tous les jours. Il y a toujours une nouvelle surprise qui débarque et tu ne sais pas à quoi t'attendre* ». D'après ses propos, il convient de souligner l'effet d'épatement suscité par une œuvre artistique inattendue. Selon lui, chaque artiste a une idée ou une direction en tête, même s'il n'a pas encore déterminé la façon de la concrétiser.

L'organisation de projets artistiques favorise une réflexion sur ce que l'artiste désire transmettre réellement. La planification de l'art urbain n'empêche pas de susciter l'effet de "surprise", qui conduit à l'uniformisation des formes et des genres artistiques qui entraînent une perte d'authenticité. La collaboration entre les artistes et les services publics est nécessaire afin d'adopter une approche "gagnant-gagnant" qui tienne compte des différentes attentes. Le partage, la communication et l'entente facilitent le processus de projets artistiques en offrant un nouveau challenge.

9.1.3. La richesse des zones urbaines : la diversité culturelle !

D'un point de vue culturel, la densité dans les zones urbaines est considérée, comme une opportunité, permettant d'offrir une multitude d'activités culturelles. La Suisse est caractérisée par plusieurs types de cultures en raison de son histoire et de la richesse de l'influence étrangère dans ses zones urbaines. Tout comme la Comuna 13, ou d'autres territoires, la Suisse dispose également d'une histoire qui n'est pas suffisamment accentuée. Il est difficile de déterminer si la Suisse possède une culture nationale ou plutôt plusieurs cultures régionales distinctes. Toutefois, le participant D (AC) soutient cette idée :

« Pour moi, c'est ça l'art : être capable de parler de choses qui transcendent le corps, et l'artiste le fait à partir de son environnement social. Par exemple, si je parlais de la culture japonaise, cela pourrait être attrayant pour moi et je pourrais y faire référence, mais ce ne serait peut-être pas si bien que cela, car je ne connais même pas le Japon. Si un artiste

*colombien parlait de la vie sociale au Japon, il serait difficile de le comprendre de ce point de vue.*¹⁸» (Participant D, AC).

La Suisse est l'un des pays qui comptent la plus forte proportion d'étrangers. Selon l'OFS, près de 40 % de sa population, est issue de la migration en 2021. La répartition de celle-ci est plutôt concentrée dans les zones urbaines (Radio Télévision Suisse [RTS], 2022). Ainsi, il est inévitable de constater que les zones urbaines sont très riches d'influences étrangères, ce qui a un impact sur la culture. En raison de leurs différentes racines familiales, certains individus peuvent se sentir indifférents à la culture suisse. Comme évoqué par la participante G (RM), l'influence étrangère fait partie intégrante de celle-ci : « *Je pense qu'il y a plein de population ou d'individus qui sont dans des situations de migrations et qui pourraient participer plus activement à la vie culturelle et amener encore plus de richesse.* »

Le touriste aspire à découvrir la culture et l'histoire des lieux. En Suisse, il est essentiel de promouvoir une culture distincte pour chaque région en mettant en valeur ses spécificités uniques. En fin de compte, c'est ce qui fait son charme et son identité ; sa diversité culturelle. Comme souligné par le participant D (AC), l'artiste doit être capable de s'exprimer à travers quelque chose qui lui est propre et qui le définit. Il mentionne l'importance de l'expérience personnelle pour créer un art significatif. L'artiste doit être en mesure de parler de son propre environnement social et culturel de manière authentique qui parle à un large public. La transmission d'une culture du bâti propre aux zones urbaines permettra de toucher un public plus large.

9.2. Les potentiels obstacles dans la création de projets

Tout au long de cette recherche, il est nécessaire de prendre en considération certains aspects qui peuvent limiter, voire modifier son déroulement.

Certains participants ont souligné le retard dans la création de projets d'art urbain en Suisse. En examinant son histoire, le pays a mis du temps avant de légaliser ses premières fresques. Ce retard peut s'expliquer pour différentes raisons, dont certaines peuvent être culturelles associées à une certaine appréhension au changement ou à une préférence pour des formes d'art plus traditionnelles. Certains individus peuvent avoir une perception négative de l'art urbain et ne considèrent pas l'aspect artistique. Cette conception peut être due à une

¹⁸ Texte original : « *Para mí, el arte es eso, poder hablar de cosas que trasciende por el cuerpo y el artista lo hace desde su entorno social. Por ejemplo, si estuviera hablando de la cultura japonesa, para mí puede ser atractivo y puedo tener algunos referentes frente a eso, pero quizás no estaría tan bien, cuando yo ni siquiera conozco Japón. Si un artista colombiano estaría contando sobre la vida social en Japón, sería difícil entenderlo desde ese punto de vista.* »

incompréhension de l'art urbain et de son potentiel culturel, ou à des expériences négatives vécues par le passé, avec des graffitis illégaux ou des tags offensants.

Est-ce que le Green Street Art peut être une nouvelle solution pour contrer la perception négative du graffiti ?

Chaque artiste est différent, tout comme les personnes qui contemplent l'art urbain. Il est difficile de contraindre les artistes à se soumettre à cette pratique artistique pour éviter d'être mal perçus. Le Green Street Art peut être une solution pour changer cette représentation négative en donnant une valeur artistique et environnementale. Il est évident que le vandalisme va toujours rester présent, principalement en raison de la sensation qu'il procure, notamment chez les jeunes en quête d'adrénaline. En offrant des espaces dédiés à l'art urbain, les autorités peuvent permettre aux artistes de s'exprimer librement tout en contribuant à la revitalisation de certaines zones urbaines et en créant des espaces de convivialité. Cela peut aider à atténuer le nombre de graffitis illégaux en encourageant les artistes à créer des œuvres plus élaborées et esthétiques. Le Green Street Art peut être une alternative artistique et écologique aux graffitis illégaux, en contribuant à redéfinir l'image de l'art urbain et à la prise de conscience de l'empreinte de l'homme.

D'un autre côté, l'utilisation d'aérosols contenant des produits chimiques, souligne que la pratique du graffiti peut avoir certaines conséquences écologiques. Pour cette raison, certains artistes peuvent se sentir mal à l'aise d'aborder la thématique de l'écologie, tout comme le participant D (AC). Dans la pratique du Green Street Art, l'usage de ces produits peut déteindre quant à l'objectif du message, voire même être associé au "greenwashing". Les artistes ont la possibilité d'avoir recours à des peintures durables ou de réaliser des graffitis en mousse. Toutefois, en fonction des produits utilisés, il est possible que celui-ci n'offre pas de solution satisfaisante pour la conservation de l'œuvre ou pour d'autres raisons, telles que la qualité, les couleurs, etc.

Le recours à des matériaux écologiques pour la création de projets de Green Street Art, peut être considéré comme une "petite goutte dans l'océan", qui ne suffira pas pour améliorer la planète de manière significative. En revanche, ce qui peut réellement faire la différence ; c'est ce qu'il peut transmettre à son public. Sensibiliser le public aux problématiques liées aux sociétés de consommation peut engendrer une réorganisation et ainsi forcer les entreprises à s'adapter davantage. Le changement des modes de consommation pousse les entreprises à se conformer à leurs clients. À titre illustratif, si les gens arrêtent soudainement d'acheter des produits emballés dans du plastique, les entreprises vont automatiquement remettre en

question leur produit dû à la baisse des ventes. Afin de provoquer un changement global, il est nécessaire de créer un dialogue en allant à la rencontre des individus.

Le processus de gentrification est également un facteur à considérer quant à la mise en œuvre de projets artistiques dans les quartiers défavorisés. L'art urbain peut jouer un rôle dans ce processus en contribuant à l'émergence d'un nouveau mode de vie urbaine et à une nouvelle image dynamique, ce qui peut entraîner une augmentation des valeurs immobilières (Bourdin, 2008). Bien que ces différents aspects soient considérés positivement, des conséquences négatives peuvent être notables, comme l'exclusion des résidents à faible revenu. Ainsi, il est nécessaire de définir des objectifs en évaluant le contexte, l'impact de ces projets sur les communautés et de travailler en collaboration afin d'assurer que ces propositions soient bénéfiques pour tous.

9.3. Limites & perspectives de l'étude

Une des principales limites de l'étude réside dans la nouveauté du sujet. Étant donné que l'art urbain écologique est une pratique relativement nouvelle, il est compliqué de trouver des sources scientifiques qui traitent cette thématique. Les connaissances actuelles sont très restreintes, de même que la réalisation d'interviews.

Afin de pallier ce manque d'information, une comparaison parallèle avec l'art urbain de manière générale a dû être réalisée, tout en explorant les différents axes liés au concept. Bien que cela puisse fournir une compréhension générale du sujet, il est important de souligner que cette approche ne permet pas d'analyser en profondeur les spécificités de l'art urbain écologique. Cette limite met en évidence l'importance de mener des recherches approfondies dans des domaines émergents, tels que celui-ci tout en ouvrant de nouvelles perspectives de développement en termes touristiques et environnementaux de manière attractive et divertissante.

Dans la plupart des recherches scientifiques, il y a toujours un degré d'improbabilité à considérer. Une des principales causes peut également être due à la diversité des acteurs impliqués dans le processus. Il est donc nécessaire de bien définir la méthodologie de l'étude tout en évaluant les résultats de manière objective.

L'analyse comparative entre le quartier de la Comuna 13 et les zones urbaines en Suisse est complexe en raison des contraintes de temps et de ressources. Cette étude nécessite la prise en considération de nombreux facteurs. Ainsi, il est recommandé de se concentrer sur une analyse d'un cas spécifique, en utilisant une méthodologie appropriée pour évaluer les similitudes et les différences entre deux contextes définis, tout en évitant les généralisations.

Bien que l'art urbain soit considéré comme une tendance touristique dans certaines destinations, il est important de souligner que chaque projet doit tenir compte du lieu et de sa configuration. Il convient de prendre en considération plusieurs aspects, tels que l'aménagement du territoire, l'esthétique (beauté) des œuvres d'art, les politiques gouvernementales, les droits d'auteur, la signification du message (sens éthique), le contexte, etc. Ainsi, il est difficile d'établir des suggestions opérationnelles et personnalisées qui soient applicables partout.

Dans le cadre de cette étude, il serait judicieux de s'intéresser à d'autres villes en dehors de la Suisse romande afin d'obtenir d'autres perspectives liées aux différences culturelles. Par ailleurs, il serait également opportun de considérer l'avis des communautés locales et des visiteurs d'une zone clairement définie afin d'évaluer l'intérêt et l'attractivité touristique du Green Street Art.

Il est important de prendre en considération l'évolution rapide de ces sujets émergents en restant à l'affût des nouvelles tendances et des développements futurs. De nos jours, les évolutions technologiques sont de plus en plus assimilées dans le monde de l'art. On parle notamment de Street Art numérique, qui ouvre d'autres perspectives. Parallèlement, l'art écologique urbain gagne également en popularité, en mettant l'accent sur des thématiques écologiques. En fin de compte, quelles sont les possibilités du Green Street Art et du numérique ? Comment les artistes vont-ils s'approprier ces nouvelles formes d'art et les intégrer à leur pratique ? Quel est l'avenir de l'art urbain ?

10. Conclusion :

La densité de la population se concentre plutôt dans les zones urbaines, où le paysage est dominé par le béton et les bâtiments. Il est essentiel de rendre ces endroits plus agréables, attractifs et esthétiques, en particulier avec la croissance des visiteurs. Le tourisme urbain est en pleine croissance dans les villes Suisses et constitue un marché très prometteur pour développer de nouveaux concepts touristiques qui concilient l'environnement construit et naturel.

Les questions écologiques représentent un enjeu majeur pour les zones urbaines. Dans une société où la construction empiète sur l'équilibre naturel, l'intégration de nouvelles formes d'art permet d'effacer cette empreinte humaine oppressante. Ces pratiques offrent la possibilité de mettre en lumière l'aménagement du territoire et de contribuer à la culture du bâti. Les artistes peuvent transformer les rues et les bâtiments en véritables œuvres d'art en sensibilisant les gens à l'importance de protéger notre environnement de manière ludique.

À travers ses œuvres, chaque artiste a sa propre façon de communiquer et d'illustrer ses pensées (*Green Street Art : qu'est-ce que cela signifie ?* s.d.). Néanmoins, le pouvoir de transformation du Green Street Art réside dans sa capacité à modifier la perception de la nature tout en changeant notre idée de l'environnement bâti. Ainsi, l'implémentation de ce concept peut être perçue comme une nouvelle démarche qui témoigne d'une ouverture d'esprit et d'un dynamisme culturel.

En conclusion, le Green Street Art offre de nombreux avantages, en termes d'esthétique, d'environnement, d'économie et de communauté. La possibilité de réaliser des projets liés à ce concept peut nous amener vers le début d'un processus de partage et de dialogue dans les lieux publics, une augmentation de la fréquentation touristique, une valorisation de l'espace urbain, une amélioration de l'image et de la visibilité d'une destination, ainsi qu'une réduction de la pollution visuelle. Cette nouvelle tendance pourrait avoir un impact significatif sur l'avenir quant à la découverte d'une ville.

11. Références

- Ambius South Florida. (2022, 9 novembre). @ambius. Instagram.
https://www.instagram.com/p/CkvpthwAgHE/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==
- Ambrosino, C., & Guillon, V. (2010). Les trois approches de la ville créative : gouverner, consommer et produire. *L'Observatoire*, 36, 25-28.
<https://doi.org/10.3917/lobs.036.0025>
- Arn, D., Moll, C., Rudaz, G., & Stremlow, M. (2020). *Conception « Paysage suisse » : Paysage et nature dans les domaines politiques de la Confédération : Vol. 810.400.136f* (Office fédéral de l'environnement [OFEV], Éd.).
<https://www.bafu.admin.ch/bafu/fr/home/themes/paysage/publications-etudes/publications/conception-paysage-suisse.html>
- Art environnemental*. (s. d.). Hisour - Art Culture Histoire. Consulté le 11 janvier 2023, à l'adresse <https://www.hisour.com/fr/environmental-art-21083/>
- ARTE - Xenius. (2016, 16 octobre). *Les villes végétalisées* [Vidéo]. YouTube. Consulté le 16 février 2023, à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=v7HhyXBtpjk>
- ARTE Presse. (2023, 24 février). *Sa Majesté les mousses | Documentaire | ARTE* (Par J. P. Teyssier & B. Victor-Pujebet) [Vidéo]. YouTube. Consulté le 16 février 2023, à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=LFQWNEDC_-c
- Baccini, P., Baumgartner, F., Lichtensteiger, T., Michaeli, M., Thalmann, E., & Organe consultatif sur les changements climatiques [Occc]. (2007). La Suisse urbaine. Dans *Les changements climatiques et la Suisse en 2050* (p. 123-136). <http://www.occch.ch/pdf/855.pdf>
- Baglioni, M., Poggi, G., Giorgi, R., Rivella, P., Ogura, T., & Baglioni, P. (2021). Selective removal of over-paintings from "Street Art" using an environmentally friendly nanostructured fluid loaded in highly retentive hydrogels. *Journal of Colloid and Interface Science*, 595, 187-201. <https://doi.org/10.1016/j.jcis.2021.03.054>
- Bardin, L. (2013). *L'analyse de contenu*. Presses Universitaires de France.
<https://doi.org/10.3917/puf.bard.2013.01>

Barranco, M. C. (2015). Au-delà du conceptualisme : l'esthétique et l'art d'aujourd'hui (C. Talon-Hugon, Trad.). *Nouvelle revue d'esthétique*, 15(1), 149. <https://doi.org/10.3917/nre.015.0149>

Bätschmann, O., & Baumgartner, M. (2006). L'art « suisse » et son histoire (1755-1983). *Perspective*. <https://doi.org/10.4000/perspective.359>

Bellouger, M. (2019, 1 juillet). *Peinture aérosol : Comment limiter l'impact sur l'environnement et l'air quand on travaille avec des aérosols ?* Bien et Bio - Le guide du bio et du bien-être. Consulté le 19 février 2023, à l'adresse <https://www.bien-et-bio.info/limitation-de-impact-sur-environnement-peinture-aerosol/>

Belnet, F. (2022, août 21). *Les premières peintures - Hominides*. Hominides. Consulté le 6 janvier 2023, à l'adresse <https://www.hominides.com/articles/les-premieres-peintures/>

Bergame, N. (2022). Acknowledging Contradictions – Endorsing Change. Transforming the Urban Through Gardening. *Capitalism Nature Socialism*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/10455752.2022.2129399>

Biedermann, F. (2021). L'utilisation du sol en Suisse : Résultats de la statistique de la superficie 2018. *Office fédéral de la statistique*, 898-1900. <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/19365052>

Blanc, N., & Lolive, J. (2009). Vers une esthétique environnementale : le tournant pragmatiste. *Natures Sciences Sociétés*, 17(3), 285-292. <https://doi.org/10.1051/nss/2009045>

Blanchard, S., & Talamoni, R. (2018). Street art et mise en tourisme de la métropole parisienne, des festivals aux street art tours. *EchoGéo*, 44. <https://doi.org/10.4000/echogeo.15663>

Bogaards, P. (2008). *On ne parle pas français : La langue française face à l'anglais*. De Boeck Supérieur.

Borillo, M. (2005). *Approches cognitives de la création artistique*. Editions Mardaga.

Bourdin, A. (2008). Gentrification : un « concept » à déconstruire. *Espaces et sociétés*, n° 132-133(1), 23-37. <https://doi.org/10.3917/esp.132.0023>

Bouveresse, R. (2016). *L'expérience esthétique*. Armand Colin.
https://books.google.ch/books?id=3Fn7DAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Centre de recherches conjoncturelles [KOF]. (2019, 8 novembre). *Les raisons d'un tourisme urbain solide*. ETH Zurich. Consulté le 15 février 2023, à l'adresse <https://kof.ethz.ch/fr/news-et-manifestations/kof-bulletin/numeros/2019/11/atouts-tourisme-urbain.html>

Chareille, C. (2022, 21 mars). *Invasion d'herbes folles avec les fresques titanesques de Mona Caron*. Beware Magazine. Consulté le 18 février 2023, à l'adresse <https://www.bewaremag.com/mona-caron/>

Chevrinai, P. (2014). Le paradoxe du reverse graffiti : « Faire un minimum de propre » pour donner ses chances à un mur de « rester sale » . *Éditions de l'Association Paroles | « Sens-Dessous »* , 13(1), 141. <https://doi.org/10.3917/sdes.013.0141>

Clerval, A., & Fleury, A. (2009). Politiques urbaines et gentrification, une analyse critique à partir du cas de Paris. *L'Espace Politique*, 8.
<https://doi.org/10.4000/espacepolitique.1314>

Code pénal suisse. (s. d.). La plateforme de publication du droit fédéral (FEDLEX). Consulté le 8 février 2023, à l'adresse https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/54/757_781_799/fr

Contempler la nature augmente la productivité au travail. (2015, 18 septembre). Trends-Tendances. Consulté le 18 février 2023, à l'adresse <https://trends.levif.be/entreprises/contempler-la-nature-augmente-la-productivite-au-travail/>

Corbin, J., & Strauss, A. L. (2008). *Basics of Qualitative Research (3rd ed.) : Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. SAGE Publications, Inc.
<https://doi.org/10.4135/9781452230153>

Cordelier, B., & Breduillieard, P. (2013). Publicité verte et greenwashing. *Gestion 2000, Volume 30(6)*, 115-131. <https://doi.org/10.3917/g2000.306.0115>

Crahay, F. (2014). Tourisme mémoriel. *Témoigner*, 117, 151-152.
<https://doi.org/10.4000/temoigner.1215>

Cuevas, G. S. (2022, 27 décembre). Émotions esthétiques, l'impact émotionnel de la beauté. *Nos Pensées*. Consulté le 1 mai 2023, à l'adresse <https://nospensees.fr/emotions-esthetiques-limpact-emotionnel-de-la-beaute/>

Culture du bâti. (2022, 28 novembre). Patrimoine suisse. Consulté le 9 décembre 2022, à l'adresse <https://www.patrimoinesusse.ch/culture-du-bati>

Darchen, S., & Tremblay, D. G. (2008). La thèse de la « classe créative » : son incidence sur l'analyse des facteurs d'attraction et de la compétitivité urbaine. *Interventions Economiques*, (37) 1-16.

<https://journals.openedition.org/interventionseconomiques/503#actualite-503>

De Villiers, M. V., Visenza, A., & Phiri, N. (2018). Importance of location and product assortment on flea market loyalty. *Service Industries Journal*, 38(11-12), 650-668.

<https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1410541>

Demerens, T. (2018, 16 juillet). *Green street art : art, nature et ville*. AURA. Consulté le 14 octobre 2022, à l'adresse <https://www.aura-urbaine.com/green-street-art-art-nature-et-ville/>

Design biophilique : quand les hôpitaux intègrent la nature dans leurs espaces. (2020, 7 octobre). AURA urbaine. Consulté le 28 octobre 2022, à l'adresse <https://www.aura-urbaine.com/la-nature-au-secours-des-malades/>

Designer végétal : Découvrez un nouveau métier made in France ! (2015, février). Jardins de Babylone. Consulté le 16 février 2023, à l'adresse <https://www.jardinsdebabylone.fr/blog/designer-vegetal/>

Dikann, A. (2017). *La land-art thérapie, c'est parti !* Editions Jouvence.

Drucker, P., Craig, N., & Groyber, B. (2020). *Réveillez le leader qui est en vous : Dix leçons infaillibles pour progresser, s'imposer et manager ses équipes* (H. B. Review, Éd. ; Pocket).

Eco-Friendly Graffiti. (2022, 11 mai). Graffiti Murals & Consulting. Consulté le 19 février 2023, à l'adresse <https://graffiti-artist.net/murals/eco-friendly-graffiti/>

Everything you need to know about Water Based paint. (2020, 9 novembre). Montana Colors. Consulté le 19 février 2023, à l'adresse <https://www.montanacolors.com/en/noticias/everything-you-need-to-know-water-based/>

Fily, M. (2017, 22 décembre). *Monde : Le Green Street Art ou art urbain écologique, tour d'horizon*. URBAN STREET ART URBAIN. Consulté le 19 février 2023, à l'adresse <https://streetarturbain.com/2018/01/12/monde-le-green-street-art-ou-art-urbain-ecologique-tour-dhorizon/>

Forte, F., & De Paola, P. (2019). How Can Street Art Have Economic Value ? *Sustainability*, 11(3), 580. <https://doi.org/10.3390/su11030580>

Fox, C. (2022, 21 mars). *La pollution par les aérosols : une menace pour le climat et notre santé* (J. Guillaume, Trad.). Mongabay - inspiration et nouvelles de la nature. Consulté le 19 février 2023, à l'adresse <https://fr.mongabay.com/2022/03/la-pollution-par-les-aerosols-une-menace-pour-le-climat-et-notre-sante/>

Gallon, A. (2015). Designer végétal : Découvrez un nouveau métier made in France ! *Jardins de Babylone*. <https://www.jardinsdebabylone.fr/blog/designer-vegetal/>

Gomes, F. (2023, 22 janvier). @fabiogomestrindade. Instagram. https://www.instagram.com/p/Cnu_GZpOtLY/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D

Gralińska-Toborek, A. (2022). The aesthetics of green guerrilla. From activism to fine art. *On the Waterfront*, 63(1), 3-29. <https://doi.org/10.1344/waterfront2021.63.1.02>

Granado, F. (2018, 12 avril). *Con graffitis, la comuna 13 muestra su historia que anima a la esperanza*. Institucion universitaria. <http://hdl.handle.net/20.500.12622/454>.

Green Street Art, Développement durable & Ayurvéda : une approche philosophique de la Nature. (2021, 16 avril). BodyMind & Soul. Consulté le 25 octobre 2022, à l'adresse <https://www.bodymindsoul-hiphopyoga.com/post/green-street-art-d%C3%A9veloppement-durable-ayurv%C3%A9da-une-approche-philosophique-de-la-nature>

Green Street Art : qu'est-ce que cela signifie ? (s. d.). Callbay. Consulté le 30 octobre 2022, à l'adresse <https://www.artiste-peintre-moderne.com/le-green-street-art-qu-est-ce-que-c-est/>

Guerre urbaine dans la Comuna 13 de Medellín (2001-2003). (2023, 16 mars). Wikipedia. Consulté le 10 mai 2023, à l'adresse [https://fr.wikipedia.org/wiki/Guerre_urbaine_dans_la_Comuna_13_de_Medell%C3%ADn_\(2001-2003\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Guerre_urbaine_dans_la_Comuna_13_de_Medell%C3%ADn_(2001-2003))

- Guerrilla Gardening*. (s. d.). Greenbookspages.
<https://greenbookpages.com/blog/291217/guerrilla-gardening/>
- Iaz, C. (2018, 8 juin). Les radiumineuses, petites mains oubliées et radioactives de l'horlogerie suisse. *Le Temps*. Consulté le 6 janvier 2023, à l'adresse <https://www.letemps.ch/suisse/radiumineuses-petites-mains-oubliees-radioactives-lhorlogerie-suisse>
- Idier, A. (2021, 14 mai). *La ville et son esthétique : Julie Vaslin, Gouverner les graffitis*. DIACRITIK. Consulté le 20 octobre 2022, à l'adresse <https://diacritik.com/2021/03/10/la-ville-et-son-esthetique-julie-vaslin-gouverner-les-graffitis/>
- Jacquot, S., Landes, O., E, H., Jbc, Roblot, F., Cacouault, D., & Thom, T. (2018). Les métiers de la territorialisation du street art : de l'intermédiation à la valorisation. *EchoGéo*, 44. <https://doi.org/10.4000/echogeo.15533>
- Jarombek, L. (2015, 9 décembre). *Global Warming Becomes Tangible in "Ice Watch"*. University of Washington. <https://jsis.washington.edu/aic/2015/12/09/global-warming-becomes-tangible-in-ice-watch/>
- Jolliet, M., & Schleiss, M. (2020). Statistique de poche de la culture en Suisse 2020. Dans Office fédéral de la culture [OFC] (Éd.), *Admin - Office fédéral de la culture*. <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/themes/statistiques-culturelles.html>
- Kas, D. (2017, 19 avril). *7 œuvres suisses qui ont marqué l'Histoire de l'art*. House of Switzerland. Consulté le 26 décembre 2022, à l'adresse <https://houseofswitzerland.org/fr/swissstories/histoire/7-oeuvres-suisses-qui-ont-marque-lhistoire-de-lart>
- Kaufmann, V. (2012). La sociologie urbaine en Suisse : histoire, développement, débats actuels. *SociologieS*. <https://doi.org/10.4000/sociologies.4189>
- Keil, R., & Boudreau, J. (2010). Le concept de la ville créative : la création réelle ou imaginaire d'une forme d'action politique dominante. *Métropoles*, 7. <https://doi.org/10.4000/metropoles.4339>
- Keller, O. (2022). Statistiques des villes suisses 2022. Dans Office fédéral de la statistique [OFS] (Éd.), *Office fédéral de la statistique* (No 1619-2200). 83e édition. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/catalogues-banques-donnees/publications.assetdetail.22364335.html>

Kishore, K. (2021, août 3). *The S-O-R Model*. Harappa. Consulté le 10 mai 2023, à l'adresse <https://harappa.education/harappa-diaries/what-is-sor-model/>

Larousse. (s. d.-a). *Aménagement du territoire*. LAROUSSE.
https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/am%C3%A9nagement_du_territoire/20390

Larousse. (s. d.-b). *Fresque*. LAROUSSE.
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/fresque/35200>

Larousse. (s. d.-c). *Urbanisation*. LAROUSSE.
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/urbanisation/80665>

Lavanchy, M. (2021, 21 juillet). *STREET-ART | Valais Suisse*. Valais/Wallis Promotion. Consulté le 6 janvier 2023, à l'adresse <https://www.valais.ch/fr/recits/street-art>

Le design végétal : une autre façon d'appréhender la ville. (2020, 4 mars). Demain La Ville. Consulté le 16 février 2023, à l'adresse <https://demainlaville.com/le-design-vegetal-une-autre-facon-dapprehender-la-ville/>

Le Robert. (s. d.-a). *Agglomération - Définitions, synonymes, conjugaison, exemples*. Dico en ligne Le Robert. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/agglomeration>

Le Robert. (s. d.-b). *Pochoir - Définitions, synonymes, conjugaison, exemples*. Dico en ligne Le Robert. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/pochoir>

Les dénonciations politiques par le graffiti. (2020, 5 janvier). DRIP'IN. Consulté le 27 octobre 2022, à l'adresse <https://www.drip-in.com/fr/art-urbain/denonciations-politiques-graffiti-contestation-murs/>

Levinson, J. C., & Horowitz, S. (2010). *Guerrilla Marketing Goes Green : Winning Strategies to Improve Your Profits and Your Planet* (1re éd.). Wiley.

Loi fédérale sur la protection de l'environnement. (s. d.). La plateforme de publication du droit fédéral (FEDLEX). Consulté le 9 février 2023, à l'adresse https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1984/1122_1122_1122/fr

Loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins. (s. d.). La plateforme de publication du droit fédéral (FEDLEX). Consulté le 10 février 2023, à l'adresse https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1993/1798_1798_1798/fr

Martet, C. (2017, 12 juillet). *Aux origines du Street Art*. Le blog d'art contemporain de KAZoART. Consulté le 10 décembre 2022, à l'adresse <https://www.kazoart.com/blog/aux-origines-du-street-art/>

Matran, L. (2018). Green Street Art : Innovation to reach legality and limit pollution. *PM World Journal, Vol. VII, Issue II*. <https://pmworldlibrary.net/wp-content/uploads/2018/02/pmwj67-Feb2018-Matran-green-street-art-student-paper.pdf>

Mazoir, F. (2015, août 26). *Contempler la nature depuis son bureau, c'est bon pour la concentration*. HelloWorkplace. Consulté le 18 février 2023, à l'adresse <https://www.helloworkplace.fr/nature-bureau-concentration/>

Melay, A. (2018). Esthétique environnementale : art, écologie et politique. *The Goose, 17(2)*, 1. <https://scholars.wlu.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1547&context=thegoose>

Mise au Point. (2017, 24 avril). *La police spéciale anti-graffiti (Vaud)* [Vidéo]. YouTube. Consulté le 15 octobre 2022, à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=hHKCLc7zABE>

Moeschler, O., & Herzig, A. (2020). Les pratiques culturelles en Suisse : Principaux résultats 2019 et comparaison avec 2014. Dans Office fédéral de la Statistique [OFS] (Éd.), *Office fédéral de la statistique* (No 1616-1900). <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/15044400>

Moose (artiste urbain). (2013, 6 avril). STRIP ART le Blog. <http://www.blog.stripart.com/art-urbain/moose/>

MySwitzerland. (2019, 8 février). *Bâle : Le médiateur des murs* [Vidéo]. YouTube. Consulté le 7 janvier 2023, à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=Oq6i18HTflc>

Naef, P. J., & Modoianu, A. (2023). Medellín après le « miracle » : Les limites du droit à la ville créative. Dans *Ville et créativité* (p. 169-184). Genève : Seismo.

Office fédéral de la culture [OFC]. (s. d.). *Le concept de culture du bâti*. Admin. <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/baukultur/konzept-baukultur.html#:~:text=La%20culture%20du%20b%C3%A2ti%20en,%C3%A0%20la%20culture%20du%20b%C3%A2ti>.

Office fédéral de la culture [OFC] (Éd.). (2020, 26 février). Stratégie Culture du bâti : Stratégie interdépartementale d'encouragement de la culture du bâti. *Administration fédéral (ADMIN)*. <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/baukultur/konzept-baukultur/strategie-baukultur.html>

Office fédéral de l'environnement [OFEV]. (2022, 24 octobre). *La biodiversité dans l'espace urbain*. BAFU Admin. Consulté le 26 octobre 2022, à l'adresse <https://www.bafu.admin.ch/bafu/fr/home/themes/biodiversite/info-specialistes/oekosysteme/siedlungsraum.html>

Office Fédéral Du Développement Territorial [ARE]. (s. d.). *Qu'est-ce qu'un plan directeur ?* Admin. Consulté le 10 avril 2023, à l'adresse <https://www.are.admin.ch/are/fr/home/developpement-et-amenagement-du-territoire/strategie-et-planification/plans-directeurs-cantonaux/was-ist-ein-richtplan.html>

Paquet, S. (2010). Le paysage serait-il une forme surannée ? Mise en représentation de la ville, art urbain et pratiques transitoires. *RACAR, revue d'art canadienne, Canadian art review*, 35(1), 32. <https://doi.org/10.7202/1066800ar>

Qu'est-ce que l'art environnemental et vert ? (s. d.). <https://www.studyusa.com/fr/a/5273/qu-39-est-ce-que-l-39-art-environnemental-et-vert>

Radio Télévision Suisse [RTS]. (s. d.). *Ici la Suisse - Les 50 ans du Graffiti*. <https://www.rts.ch/play/radio/redirect/detail/12033745/>

Radio Télévision Suisse [RTS]. (2021, août 23). *La ville du Locle se rêve capitale suisse du street art*. RTS. Consulté le 6 janvier 2023, à l'adresse <https://www.rts.ch/info/culture/arts-visuels/12425982-la-ville-du-locle-se-reve-capitale-suisse-du-street-art.html>

Radio Télévision Suisse [RTS]. (2022, 12 décembre). En Suisse, quatre personnes sur dix sont issues de la migration. *RTS info*. Consulté le 5 mai 2023, à l'adresse <https://www.rts.ch/info/suisse/13620911-en-suisse-quatre-personnes-sur-dix-sont-issues-de-la-migration.html>

Rausa, F. (2015). Portrait démographique régional - Informations démographiques. *Office fédéral de la statistique (OFS)*, 1. <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/349885>

Rausa, F. (2022). Portrait démographique de la Suisse - État, structure et évolution de la population en 2020. *Office fédéral de la statistique*, 480-2000. <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/21764559>

Royale Architectural Institute of Canada [RAIC]. (s. d.). *Gestion des communications - Chap. 5.3*. RAIC. Consulté le 10 mai 2023, à l'adresse <https://chop.raic.ca/fr/chapter-5.3>

Séror, G. (2016). Les principes de la communication. Dans *Communication* (p. 3-36). Paris : Dunod. <https://www.cairn.info/aide-memoire-communication--9782100741717-page-3.htm?contenu=article>

Services industriels Lausanne [SIL]. (2020, 4 février). *Des armoires pleines d'énergie*. Site officiel de la Ville de Lausanne. Consulté le 6 janvier 2023, à l'adresse <https://www.lausanne.ch/vie-pratique/energies-et-eau/services-industriels/a-propos-sil/nos-activites/electricite/armoires-electriques.html>

Shok-1 – exomusée. (s. d.). <https://exomusee.ch/shok-1/>

Smets, M. (1995). *Charles Buls : les principes de l'art urbain*. Editions Mardaga.

Solal, J. (2017). Ephémérité. *Les Lettres de la Société de psychanalyse freudienne*, N° 37(1), 69-71. <https://doi.org/10.3917/lspf.037.0069>

Street art à Bâle. (s. d.). This is Basel. Consulté le 6 janvier 2023, à l'adresse <https://www.basel.com/fr/art/street-art>

Street art à Lausanne, quand la rue devient un musée. (2018, 5 septembre). Lausanne Tourisme - Site officiel du tourisme à Lausanne. Consulté le 6 janvier 2023, à l'adresse <https://www.lausanne-tourisme.ch/fr/the-lausanner/articles/street-art-lausanne-quand-la-rue-devient-un-musee/>

Street Art by Xanoy – Green Smile. (2020, 9 septembre). STREET ART UTOPIA. <https://streetartutopia.com/2020/09/09/street-art-by-xanoy-green-smile/>

Suisse Tourisme [ST]. (2020, 24 juin). *Campagne Villes : En 2019, les villes suisses ont été un pôle d'attraction pour les visiteurs*. Suisse Tourisme. Consulté le 15 février 2023, à l'adresse <https://report.stnet.ch/fr/2019/campagne-villes/>

@*talasanja*. (2021, 25 septembre). Instagram. https://www.instagram.com/p/CUPe3inssvy/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRiODBiNWFiZA==

Valiègue, S. (2016, 2 septembre). *Street art, graffiti et publicité : entre connivence et aversion*. Influxus. Consulté le 3 mai 2023, à l'adresse <https://www.influxus.eu/article1055.html>

Vaslin, J. (2021). *Gouverner les graffitis*. Companyédition PUG/UGA.

Ville de Lausanne. (2022, 26 juillet). *Plan d'affectation – Ville de Lausanne*. Site officiel de la Ville de Lausanne. Consulté le 10 avril 2023, à l'adresse <https://www.lausanne.ch/officiel/administration/culture-et-developpement-urbain/urbanisme/projets/plan-affectation.html>

Vinie Graffiti. (s. d.). Decazeville Communauté. <https://www.decazeville-communauté.fr/vinie-graffiti/>

Vitry, A., Enault, P., Wilhem, A., Mardon, A., Labyllé, A., & Ferrier, R. (2022, 3 octobre). *Enquête : à la découverte du Green Street Art*. Toutelaculture. Consulté le 16 février 2023, à l'adresse <https://toutelaculture.com/actu/politique-culturelle/enquete-green-street-art-a-la-decouverte-du-green-street-art/>

Vuignier, R. (2016). *La marque territoriale : fonctions et enjeux de cet outil marketing*. Université de Lausanne - Internef. https://www.researchgate.net/publication/304626009_La_marque_territoriale_fonctions_et_enjeux_de_cet_outil_marketing

Yusuke Asai | Yamatane. (2014, novembre). Rice Gallery. Consulté le 19 février 2023, à l'adresse <http://www.ricegallery.org/yusuke-asai>

Zhang, J. (2014, 7 octobre). *Yusuke Asai's Spectacular Nature-Inspired Mud Mural Debuts in Texas*. My Modern Met. <https://mymodernmet.com/yusuke-asai-yamatane/>

Ziegler, L. (s. d.). *Culture du bâti et développement durable* (Office fédéral de la culture (OFC), Éd.). Administration fédérale - ADMIN. <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/baukultur/bauen-planen-entwickeln/baukultur-nachhaltigkeit.html>

12. Déclaration de l'auteure

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : aucune.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Helena Guerrini', written over a horizontal line.

Helena Guerrini