



Christine Esseiva
Rédactrice en chef
redaction@immorama.ch

«L'art urbain c'est aussi un facteur de promotion d'une ville, pas seulement un moyen de l'embellir.»

L'art, ciment urbain ?

Le musée, les cimaises ne sont plus les seuls lieux d'expression artistique. Et dans l'espace public, l'art ne se résume plus à une sculpture au milieu d'une place. L'art aujourd'hui s'exprime sous de nouvelles formes, il est vivant, en mouvement, éphémère ou pérenne. Il nous force à de nouveaux usages d'un lieu, nous fait vivre de nouvelles expériences, nous invite à de nouveaux rituels, nous questionne, nous dérange, nous émeut. La rue est devenue son champ d'expérimentation ; il a envahi le bitume, essaimant à tout vent : sur les toits (à Genève le projet «Neon Parallax»), les façades avec le video mapping, les pavés, le métro (Naples), les murs (graffitis et street art), sur le mobilier urbain (peintures, lumières et tricots de rue), comme nous le voyons dans le dossier qui suit et notre *Tour du monde* pp. 28-31.

Dans la rue, la commande artistique s'est aussi démocratisée, a pris des formes participatives (avec la médiation, et de nouveaux mouvements comme Les Nouveaux Commanditaires). Quant aux entreprises, elles investissent de plus en plus dans le mécénat urbain. L'envie et l'enthousiasme sont là. De nombreux projets voient le jour tant à Genève qu'à Lausanne. Les habitants apprécient ce musée à ciel ouvert et une familiarité avec l'art se crée. On pourrait regretter toutefois un manque de vision globale, de grille de lecture, d'objectif commun, car l'art urbain c'est aussi un facteur de promotion d'une ville, pas seulement un moyen de l'embellir. Une grande compétition se joue de nos jours entre les villes à travers le monde pour attirer les touristes, les organisations, les événements à fortes retombées économiques, et Genève et Lausanne auraient tout intérêt à se positionner dans ce créneau aussi, à se singulariser. Sans doute faudrait-il aller encore plus loin dans le déploiement de l'art dans l'espace urbain, non seulement au niveau fiscal mais aussi dans la démarche citoyenne, en la dynamisant, en accentuant les partenariats publics-privés, en augmentant la fréquence des expositions pour rassembler, fédérer, rayonner. >>