

LANCEMENT D'UNE NOUVELLE CAMPAGNE NATIONALE DE SENSIBILISATION POUR LA CULTURE ET LES ARTS DE LA RUE

A l'approche des échéances électorales de 2014, la Fédération Nationale des Arts de la Rue lance une campagne nationale de sensibilisation auprès des candidat-e-s aux élections municipales et européennes pour qu'ils prennent en compte la culture dans leur programme.

Cette campagne s'inscrit dans le cadre de la mobilisation « **L'Art est Public** » débutée lors de l'élection présidentielle de 2012 et réaffirme la nécessité d'une politique culturelle réinventée où l'art est une dimension fondamentale de notre vivre-ensemble.

Sur l'ensemble du territoire, les **400 adhérents et 12 Fédérations régionales** vont rencontrer les candidat-e-s pour les sensibiliser au développement des Arts de la Rue dans leur commune. La Fédération Nationale interroge les directions nationales des partis politiques républicains (PS, Front de Gauche, NPA, EELV, UDI, UMP) sur leur programme "culture" dans le cadre des élections.

Les Arts de la Rue, vecteur de développement culturel territorial.

Les Arts de la Rue englobent un ensemble de pratiques artistiques qui ont lieu dans l'**espace public**. C'est par excellence le lieu de l'échange et du dialogue, de l'expression des diversités et de l'émancipation individuelle. Ils sont un maître d'œuvre idéal pour la **mixité et le croisement des publics**.

Ils touchent **des publics éloignés de la culture**, grâce à la mobilité et au maillage du territoire français par les compagnies et la cinquantaine de lieux de fabrique aussi bien en milieu urbain qu'en milieu rural.

Le secteur a également une grande expérience dans l'**action artistique sur les territoires** : plus que la diffusion de spectacles, c'est l'application du principe « **d'infusion culturelle** », à savoir l'échange entre les artistes et les populations tout au long de l'année.

Les Arts de la Rue, vecteur de développement économique.

Les lieux de créations et de diffusion développent le maillage culturel autour de la commune ainsi que la vitalité économique des territoires tout au long de l'année. Les 1000 artistes et compagnies réparties sur le territoire génèrent une activité économique locale importante (emplois, recours aux artisans locaux, actions vers le tissu associatif, etc...).

Les événements d'Arts de la Rue (festivals...) favorisent l'attractivité d'un territoire et génère de très fortes externalités économiques grâce aux fréquentations élevées.

Les Arts de la Rue, en tant que vecteur du développement territorial, sont un outil essentiel de la politique municipale.

➔ Plus d'informations sont disponibles sur : www.rueencampagne.org et www.federationartsdelarue.org

france la fédération nationale des arts de la rue



ÉLECTIONS MUNICIPALES -2014-

➔ LES ARTS DE LA RUE EN QUELQUES CHIFFRES :

- Un secteur en développement depuis plus de 40 ans.
- Près de 1000 artistes et compagnies se revendiquent « Arts de la Rue » en 2010.
- Plus de 2500 spectacles d'arts de la rue sont disponibles en diffusion chaque année.
- 12 Centres Nationaux des Arts de la Rue et un centre national de création en espace public.
- 10 millions d'euros de budget de l'État accordé aux arts de la rue, soit 1,5% seulement du budget dédié au Spectacle Vivant.
- Les spectacles d'arts de la rue sont ceux qui s'exportent le mieux en Europe d'après l'étude de l'ONDA (chiffres 2010) sur les échanges entre la France et l'Europe. Les compagnies françaises sont fréquemment invitées à jouer au-delà des frontières européennes.
- Un secteur soutenu par les collectivités territoriales.

CONTACT PRESSE

Thomas LAOU-HAP

06 33 81 22 93

01 42 03 91 12

thomas@federationartsdelarue.org

Suivez-nous !



@Federue

