

« Je trouve que c'est une bonne solution de fournir des espaces aux artistes d'un côté, et de réduire de l'autre les frais d'entretien. En même temps, on rend les bâtiments graffités plus attrayants pour le public. »

Interviewé, Administration publique, Allemagne

« Avec des restrictions on perd les artistes et on se retrouve avec des graffitis et des tags fait à la va-vite. »

Interviewé, Entreprise, Espagne

« On doit pas s'attendre à ce que les autorités punissent moins. On doit pas s'y attendre et à ce je vois, on peu pas leur réclamer ça. »

Graffeur, Allemagne

« On sait qu'on ne peut pas continuer [avec] cette stratégie de tolérance zéro. (...) On a essayé de se rapprocher de plusieurs collectifs de graffeurs pour les sensibiliser aux lieux où il peuvent peindre et comment....»

Interviewé, Administration publique, Espagne



GRAFFOLUTION

Understand . Collaborate . Improve

NOTE D'ORIENTATION

pour les décideurs et les responsables politiques, les autorités et les gestionnaires d'environnements bâtis et de transports

Les stratégies de gestion du graffiti, du vandalisme par le graffiti et de l'art urbain innovantes et adaptées au contexte sont importantes, non seulement parce qu'elles permettent une utilisation rationnelle des ressources, mais aussi parce que des approches bien conçues peuvent aider à identifier qui tire parti ou non de ces pratiques, et à mettre sur pied des actions répondant à de multiples déterminants tels que la culture, l'entreprise sociale/commerce et la sécurité des populations.

Ce document vise à vous faire découvrir des études, ressources et recommandations qui ont émergé dans le cadre du projet européen Graffolution, notamment celles liées à la formulation de stratégies et d'actions par les autorités régionales et locales, les services de maintien de l'ordre, les opérateurs de transport et les gestionnaires d'espaces.

Graffolution c'est quoi ?

Les municipalités, les services de transport publics et les services de répression européens investissent d'énormes sommes d'argent dans la lutte contre le vandalisme par le graffiti. Ce projet financé par l'UE a eu pour objectif d'atténuer les problèmes liés à ce type d'actes de vandalisme dans les espaces publics et les réseaux de transport en se concentrant sur des actions de sensibilisation et des solutions constructives pour tous les groupes d'intervenants touchés et impliqués.

Notre consortium est composé de partenaires du secteur public et privé de cinq pays européens : SYNNO (Autriche), UIC (France), Sine-Institut (Allemagne), Université de Barcelone, Eticas Research & Consulting, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (Espagne), University of the Arts et district d'Islington à Londres (Royaume-Uni).

Au cours de ce projet sur deux ans, nous avons réuni plus de 300 publications sur le graffiti et réalisé 85 entretiens auprès des différents groupes d'intervenants : graffeurs et artistes, municipalités, services de répression, opérateurs de transport, entreprises,

travailleurs sociaux, organismes culturels et société civile en Autriche, Allemagne, Espagne et au Royaume-Uni. Nous avons également analysé 100 stratégies et réponses. Tout ceci a eu pour but d'identifier les diverses opinions et approches face au phénomène du graffiti. Forts de ces informations, nous avons développé une plateforme visant à mettre en contact les différents intervenants et vouée à devenir une source d'information fiable ainsi qu'un outil favorisant la collaboration.

Note : tirant les leçons de ce vaste travail de recherche, ce document ne fait volontairement pas la distinction entre le graffiti et l'art urbain au niveau générique, car si dans certains cas ces deux pratiques peuvent être très différentes, bien souvent elles relèvent d'un ensemble linéaire d'activités liées à la peinture, au dessin et à la pratique créative en milieu urbain – qu'elle soit légale ou illégale, sur commande ou non. Nous entendons qu'il est plus constructif d'adopter une position dépourvue de tout préjugé pour ou contre ces pratiques, de manière à concilier au mieux les attentes de différentes communautés impliquées ou touchées.

Recommandations pour les décideurs et les responsables politiques

Les résultats des recherches menées dans le cadre de Graffolution nous ont permis de dégager deux grands enjeux qui conduisent aux recommandations suivantes:

1. L'importance d'une communication efficace et plurilatérale pour la sensibilisation et la prévention

- L'adoption d'une approche inclusive et collaborative est essentielle face à un phénomène impliquant autant de groupes d'intervenants.
- Une étude d'impact multidimensionnelle devrait être réalisée avant toute intervention, incluant également les quartiers voisins. Le graffiti peut avoir des effets positifs et négatifs sur de nombreuses dimensions. Il faut tenir compte des questions que cela soulève en termes d'inclusion sociale, d'implications légales, de promotion de l'art et de la culture, de dégâts à la propriété, d'impact économique, de liberté d'expression...
- La crédibilité est cruciale pour résoudre les problèmes de confiance. Les punitions disproportionnées, les messages de tolérance zéro et la stratégie de la souricière, qui consiste à utiliser des moyens légaux pour identifier et punir les graffeurs, peuvent avoir des effets contreproductifs durables.
- Des solutions légales, telles que les murs libres, des initiatives artistiques dans les espaces publics, des processus/outils plus simples et une réglementation plus souple en matière de demande/octroi de permis de peindre, etc., devraient être proposées, encouragées, et divulguées.
- Il peut s'avérer plus efficace de concentrer la communication sur des canaux et des lieux clés, ainsi que sur les périodes d'intense activité. Les campagnes de prévention peuvent être plus efficaces si elles sont lancées avant/pendant les vacances, en utilisant les réseaux

sociaux et en ciblant les points de contact (magasins d'équipement de graffiti, transports publics, etc.).

- Il est important de faire appel au soutien des médiateurs locaux. Les autres organismes culturels, éducatifs et sociaux sont essentiels pour renforcer la compréhension mutuelle.
- Ce phénomène étant mondial, il est important de rester informé et de contribuer pour alimenter les tendances mondiales et les réponses des autres villes.
- La participation citoyenne devrait être activement encouragée dans ce débat qui a trait au modelage de l'espace public. Citizen participation should be actively promoted in the debate, as it concerns the shaping of public space.

2. L'importance des données et de l'information pour la conception et l'évaluation des stratégies – Collecte, analyse et échange

- La recherche révèle un besoin généralisé de réévaluer les stratégies de réponse, et notamment d'identifier et de mettre en œuvre des réponses adaptées au contexte, et de tenir compte des motivations derrière le graffiti.
- Les données sur le graffiti doivent être séparables d'autres catégories telles que le vandalisme ou les incidents liés à des comportements antisociaux afin de favoriser une meilleure compréhension et évaluation de la situation.
- Les catégorisations de type « wiki » ou faisant appel à la production collaborative et les modèles d'organisation des données peuvent

- être très utiles en ce qu'ils permettent aux experts, aux spécialistes et aux professionnels chargés de la gestion des graffitis de télécharger, corriger, affiner et mettre à jour l'information et les catégorisations à travers une plateforme collective vivante et évolutive.
- La collecte de données sur les retombées positives du graffiti telles que le renforcement de la cohésion sociale, le développement d'un sentiment d'appartenance ou l'attrait du tourisme peut aider à mieux saisir la situation et les positions des autres intervenants. Il faut promouvoir une culture des indicateurs de réussite prosociale que l'on puisse partager.
- Il faut reconnaître les différences entre types d'activités (tags, ouvrages insultants, fresques, etc.) et en tenir compte dans l'étude de la perception de la sécurité et de l'insécurité (en fonction des interprétations individuelles, du contexte et du type de graffiti). Les communautés affectées, négativement ou positivement, doivent pouvoir avoir leur mot à dire sur ces questions.
- Les lois et les politiques doivent s'inspirer de toutes les perspectives (afin de mettre au point des réponses satisfaisant les différents groupes).
- Il faut garder une trace des changements qui ont lieu durant une intervention, afin de mieux évaluer l'impact et la stratégie. La collecte de données (à des fins légales et dans le respect de la transparence et de la responsabilité) ne doit être interrompue à aucun moment, et doit débuter par l'identification des groupes d'intervenants et la collecte de données sur la situation initiale.
- La collaboration entre les différents responsables par le biais de l'échange d'informations et de données entre les services (dans et entre les villes) permettrait d'accroître l'efficacité, la connaissance, la résilience et la préparation. Par exemple, la concertation au niveau des politiques de répression et des politiques artistiques/culturelles pourrait accroître l'efficacité et maximiser les moyens d'action.

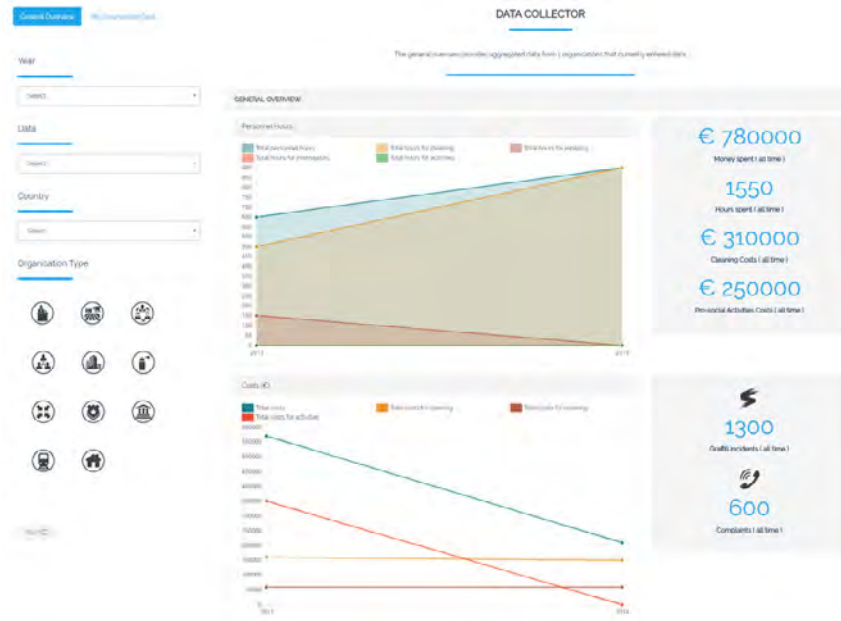
Qu'est-ce que la plateforme Graffolution et en quoi peut-elle vous aider ?

La Plateforme Graffolution est une ressource gratuite et axée sur l'UE destinée à tous ceux qui s'interrogent et se débattent avec le phénomène du graffiti, ainsi qu'aux graffeurs et artistes urbains. Elle a été conçue en collaboration avec les représentants d'un vaste éventail de parties intéressées, dont des organisations culturelles et de la société civile, des pouvoirs publics et des graffeurs. Son contenu et sa structure sont le résultat de la conjugaison des expériences, des points de vue, des suggestions et des informations (réunies par le biais d'entretiens et d'une e-consultation) de ces différents groupes avec les résultats des recherches et la connaissance professionnelle des partenaires du projet.

Voici quelques fonctionnalités susceptibles de vous intéresser :

• **PARTAGEZ ET COMPAREZ LES INFORMATIONS ET LES STATISTIQUES DE VOTRE ORGANISATION TOUT EN SENSIBILISANT – LES DONNÉES COMPTENT !**

Au delà de l'évaluation des politiques et de la comparaison entre les villes, les données peuvent servir à sensibiliser les citoyens, notamment les jeunes, en faisant passer des messages puissants comme par exemple le coût du nettoyage induit par le graffiti illégal pour la société.




• **DÉCOUVRIR LES INITIATIVES QUI ONT FONCTIONNÉ DANS D'AUTRES VILLES D'EUROPE ET FAIRE CONNAÎTRE LES VÔTRES AUX AUTRES**

Même si le succès des stratégies mises en place dépend fortement de facteurs liés au contexte local, le graffiti est un phénomène global. Gardez un œil sur les tendances et découvrez comment les autres villes s'attaquent à ce défi. Leurs stratégies peuvent-elles être reproduites dans votre environnement ? Souhaitez-vous faire part de votre expérience ?


CASE STUDIES

This area helps you to find cases studies which make use of different kinds of response actions


Recently added:




Calm Streets




Enhancing the Legal Response




Graffiti Art




BLEIB SAUBER - Jugend OK



Newcastle and Gateshead Graffiti Forum



Bristol Graffiti Partnership

Case Study	Type of Response	Target Groups	Rated By Organization Types	Details
 <p>Vienna Central Railway Station Street Art Murals</p>	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture Enforcement - Activity Support Education and Empathy 	<ul style="list-style-type: none"> Graffiti writers Tourists Local community 	<p>Average Rating ★ ★ ★ ★ ★</p> <p>Organizations that rated ○</p> <p>Your Rating ○</p> <p>Detailed info.</p>	Details

- COMMUNIQUEZ AVEC LES AUTORITÉS, LES GESTIONNAIRES D'ESPACES, LES CITOYENS, LES PROPRIÉTAIRES D'ENTREPRISES, LES GRAFFEURS, LES ORGANISATIONS CULTURELLES ET SOCIALES...

Il est important de faire en sorte que toutes les parties affectées par le phénomène deviennent partie intégrante des réponses élaborées localement. Divulguer l'information facilement à travers le réseau Graffolution et mobilisez-les.

ORGANISATIONS

If you are looking for interesting organisations that are related to graffiti, graffiti vandalism prevention or street art this is the right spot for you.



Strategy

Share on

CASE STUDIES

This area helps you to find case studies which make use of different kinds of response actions.

This part of the platform helps you to develop a strategy and plan the whole cycle: from problem definition to evaluation and impact assessment. The following elements can be for one-time or long term interventions, single or complex actions, as well as for approaches departing from prevention, response or recovery nature. This section will help you to document a strategy specific for your aims to fully achieve them.

STEP 1: PLEASE DEFINE YOUR GOALS ACCORDING TO YOUR CHALLENGES (PROBLEM OR OPPORTUNITY)

1	Awareness
	Draw a distinction between vandalism and street art
	Explain the possibilities to create value through graffiti
	Explain the problems and conds caused by illegal graffiti
	Increase capacity for visual critique
	Introduce graffiti prevention by design
	Introduce legal alternatives
	Raise awareness on graffiti as a part of the youth culture
	Raise awareness on pro-social and anti-social aspects of graffiti
	Understand the causes of graffiti
2	Arts-Led Activities
	Offer an artistic alternative to graffiti vandalism
	Provide activities through community art

Case Study	Type of Response	Target Groups	Rated by Organization Types	Details
Carril Streets	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture Environment & Activity "Suburb" Education and Equality 	<ul style="list-style-type: none"> Grffiti writers Tourists Local community 	<ul style="list-style-type: none"> Average Rating: 4.5 Organizations that rated this listing: 1 (Detailed info) 	Details
Vienna Central Railway Station Street Art Murals	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture 	<ul style="list-style-type: none"> Grffiti writers Local community 	<ul style="list-style-type: none"> Average Rating: 4.5 Organizations that rated this listing: 1 (Detailed info) 	Details
URBAN AREA open spaces	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture 	<ul style="list-style-type: none"> Grffiti writers Local community 	<ul style="list-style-type: none"> Average Rating: 4.5 Organizations that rated this listing: 1 (Detailed info) 	Details
OGAERNA s.r.o.	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture 	<ul style="list-style-type: none"> Tourists Local community Local business 	<ul style="list-style-type: none"> Average Rating: 4.5 Organizations that rated this listing: 1 (Detailed info) 	Details



Base scientifique

- Les intervenants ont été classés en six catégories : « Travail social, culture et société civile », « Police & services de répression », « Administration publique », « Opérateurs/Autorités de transport », « Entreprises » et « Graffeurs ». Ces catégories ont été définies à la lumière de leur approche envers le graffiti et leur degré d'institutionnalisation.
- Les intervenants interrogés ont fait part du manque de communication entre les différents groupes, et la vaste majorité d'entre eux souligne l'importance des projets prosociaux et éducatifs dans le contexte du graffiti. Beaucoup se sont dits favorables et disposés à adopter des stratégies prosociales, et la plupart des graffeurs ont affirmé ne pas rejeter les pratiques légales de graffiti.
- La plupart de la littérature existante envisage le vandalisme par les graffitis et les réponses qui y sont apportées sous un angle antisocial et prosocial. Ces dernières années toutefois, on assiste à l'émergence d'une gestion urbaine innovante, intelligente et sensible au contexte, ainsi qu'à des modèles intégrant aussi bien la perspective antisociale que prosociale. Ces pratiques sont souvent plus efficaces par rapport à leur coût que celles qui conçoivent le graffiti exclusivement comme une activité antisociale, et peuvent être plus inclusives en ce qu'elles concilient de multiples déterminants et lectures de « ce qui fonctionne ».
- Les approches peuvent être qualifiées de « proactives » et « régulatrices ». Entre ces deux pôles, il y a un espace pour ceux qui s'efforcent d'intervenir en tant que « médiateurs » et de renforcer la connaissance mutuelle. Parmi les « proactifs », on trouve les personnes activement engagées dans le graffiti et celles qui « soutiennent » cette pratique, alors que parmi les approches régulatrices nous identifions des mesures « prosociales » ou « répressives ».
- Les stratégies de tolérance zéro (approches antisociales) sont considérées comme parmi les plus onéreuses à mettre en œuvre.
- Les pratiques contemporaines ayant recours à une approche intégrée de la gestion du graffiti, contemplant aussi bien la perspective antisociale que prosociale en fonction du contexte, se révèlent plus efficaces par rapport à leur coût que celles qui conçoivent le graffiti exclusivement comme une activité antisociale. Ces modèles sont perçus comme plus avantageux, et encore plus ces dernières années où l'austérité financière a prouvé qu'il n'était pas viable de maintenir le statu quo en répertoriant toutes les pratiques de graffiti comme antisociales et en s'en remettant à la police, aux tribunaux et aux nettoyage.
- Les données relatives au graffiti sont communiqués de façon irrégulière et tendent à être regroupées dans de grandes catégories (comme la petite délinquance).
- Il existe peu de sources offrant des données statistiques comparables, et encore moins actuelles. Il y a aussi une variabilité apparente des paramètres mesurés et un manque considérable de preuves, d'indications sur la méthode ou de références permettant d'établir comment on arrive à mesurer le succès.



REJOIGNEZ-NOUS !

Platform: <http://www.graffolution.eu/>

Website: <http://project.graffolution.eu/>

Twitter: <https://www.twitter.com/graffolution/>

Instagram: <https://www.instagram.com/graffolution/>