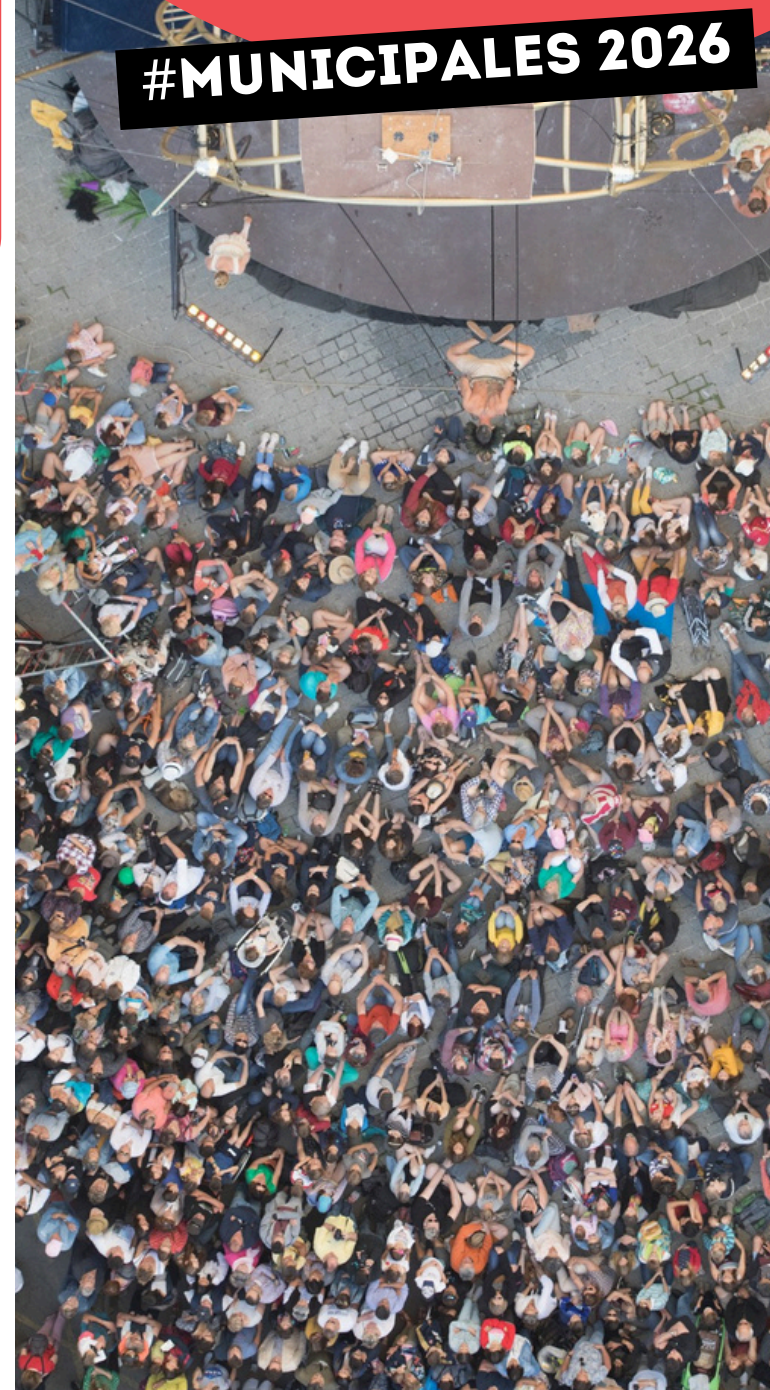


GUIDE DE CAMPAGNE

#MUNICIPALES 2026



→ PREAMBULE

À l'approche des échéances municipales de 2026, les adhérent·es de la Fédération nationale des arts de la rue ont décidé de lancer une nouvelle campagne de mobilisation afin de sensibiliser localement les candidat·es au développement et à la défense des arts de la rue sur les territoires.

La mobilisation « L'Art est public » lors des différentes échéances électorales a permis de faire avancer notre secteur. Il nous faut continuer de diffuser localement nos valeurs et la richesse de nos pratiques.

Depuis plusieurs années, les arts de la rue et l'ensemble du champ associatif sont confrontés à une double crise majeure : austéritaire et réactionnaire.

Partout, les coupes budgétaires se multiplient et ébranlent les initiatives culturelles sur les territoires, en particulier les structures les plus fragiles.

Partout, l'offensive libérale remet en cause le financement public de la culture et des secteurs non lucratifs, menaçant directement la diversité culturelle et les projets citoyens et artistiques.

Il est essentiel de se regrouper tous plus que jamais derrière « L'Art est public ».

**L'ART
EST
PUBLIC**

← LES VALEURS

Nous défendons la diversité culturelle, les droits culturels des personnes, l'égalité de genre, et plaçons au centre la dimension humaine par l'émancipation des individus.

Dans cette conception de la culture au service de l'émancipation citoyenne, l'art dans l'espace public est d'intérêt général.

L'espace public est le lieu privilégié du déploiement d'un art vivant et partagé, où s'inscrivent des relations et des échanges équitables et horizontaux avec les personnes.

Face à une privatisation croissante des espaces communs, la rue est donc un espace à protéger. Il est urgent d'y défendre :

- La liberté (de circuler, de s'exprimer, de créer)
- L'égalité (des milieux sociaux et des générations)
- La fraternité (partage, rencontre, solidarité)

→ QUE SONT LES ARTS DE LA RUE ?

Les arts de la rue regroupent l'ensemble des pratiques artistiques qui ont lieu dans des espaces non conventionnels de représentation : rues, places, jardins, champs... Ils se caractérisent par leur **pluridisciplinarité** (cirque, théâtre, danse, musique, installations, déambulations...) et leur **exigence artistique**. La majorité des spectacles sont en **accès libre et gratuit**.

← LES ATOUTS DES ARTS DE LA RUE

- > **La diversité esthétique** des propositions et leur exigence artistique,
- > **Une grande créativité** due en partie à leur capacité d'adaptation à l'espace public, à l'implication et à la mobilité des publics,
- > **La rencontre** de tous les publics,
- > La participation à **la création d'une identité et d'une mémoire collective**, essentielles au vivre-ensemble.

→ UN VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT

> **CULTUREL** : au cœur des espaces de vie, les arts de la rue participent à la mixité et à la rencontre. La présence longue sur les territoires, au travers d'actions culturelles et de diffusion des spectacles, permet d'appliquer le principe « d'infusion culturelle » : l'échange entre les artistes et les populations au long de l'année.

> **ÉCONOMIQUE** : les arts de la rue génèrent une activité économique locale importante : emplois, recours aux artisans locaux, actions au sein du tissu associatif etc.

Au travers de l'organisation d'évènements, ils favorisent l'attractivité d'un territoire au niveau touristique et économique.

COMMENT SENSIBILISER LES CANDIDAT·ES ? AU DÉVELOPPEMENT DES ARTS DE LA RUE ?

1/ CHOISIR UNE COMMUNE

La commune où vous œuvrez est idéale pour commencer car vous êtes en situation de rencontrer les élu·es locaux dans vos actions. Vous pouvez ensuite élargir votre champ d'action à votre commune de résidence, aux communes alentours, etc.

2/ CHOISIR UN·E CANDIDAT·E

Sur une commune donnée, il est intéressant, dans la mesure du possible, de rencontrer tous les candidat·es (« les têtes de listes ») se présentant aux élections municipales. Notez que la Fédération nationale des arts de la rue a décidé de ne pas rencontrer les partis d'extrême droite lors de sa tournée des partis nationaux.

4/ RENCONTRER LE·LA CANDIDAT·E

N'hésitez pas à vous coordonner avec votre fédération régionale et les autres acteur·ices du territoire ou des alentours, afin de porter à plusieurs le message. De préférence, formez un binôme.

Privilégiez la rencontre en rendez-vous afin d'avoir le temps de développer un échange humain et approfondi. N'hésitez pas à les relancer si vous n'avez pas de nouvelles.

Soyez attentif aux propos de votre interlocuteur·ice afin de cerner ce qui l'anime et ainsi adapter votre discours.

5/PARTICIPER À L'ACTION LUDIQUE

Pour cette campagne 2026, l'action consiste à prendre une photo du/de la candidat·e avec une écharpe « L'Art est public », si possible devant le panneau de sa ville. L'écharpe est fournie par la Fédération nationale. À défaut d'écharpe, un visuel imprimé L'Art est public peut également être utilisé.

Merci d'envoyer votre photo à :
coordination@federationartsdelarue.org.

Elle sera ensuite diffusée sur les différents outils de campagne. Vous pouvez également la poster sur la page Facebook de votre fédération régionale ainsi que celle de la nationale.



3/ PRÉPARER LA RENCONTRE

Une fois la tête de liste identifiée, vous pouvez étudier son profil et parcours :

- > Quelles sont les valeurs qu'il/elle défend ?
- > Quel est son projet culturel ?
- > Quelle est sa vision du développement du territoire ?
- > Quel est son rapport aux artistes ?

Réaliser un diagnostic de la commune dans les grandes lignes, bilan du mandat précédent en matière de culture, aides au spectacle vivant, aux arts de la rue, budgets consacrés...

Préparez également une liste de sujets, en lien avec les arts de la rue, que vous souhaitez aborder, comme par exemple :

- > La liberté dans l'espace public
- > La mixité des publics
- > Le développement du territoire
- > Les droits culturels
- > Les pratiques culturelles

OBJECTIFS ET ATTITUDE

Donner l'occasion à la/au candidat·e **d'exprimer ses ambitions en matière de politique culturelle.**

Sensibiliser le·la candidat·e pour **qu'il prenne en compte la culture dans son programme** et notamment les arts de la rue comme vecteur du vivre ensemble et de l'émancipation citoyenne.

On est là pour faire la promotion **d'un projet de société égalitaire, fraternel et solidaire.** C'est en ce sens qu'on défend l'intérêt général et le collectif.

Avoir des éléments concrets (chiffres, exemples, images,...).

POUR LES SPECTATEUR·ICES, FAITES VOTER L'ART EST PUBLIC

1/ **Récupérez les cartes postales " L'Art est Public"** auprès de la Fédération nationale sur les événements Fédé, votre fédé régionale ou imprimez-les vous-même (retrouvez le document imprimable sur notre site !).

2/ Faites voter les publics - à l'entrée de l'événement, au bar, après les représentations, etc. **Il s'agit de distribuer les cartes, les faire compléter par les publics et les récolter dans une urne** (véritable urne électorale ou boîte à chaussure quelconque).

3/ **Transmettez les cartes postales complétées à la Fédération nationale des Arts de la rue**, adresse ci-dessous, ou aux fédérations régionales.

4/ La Fédération pourra ensuite revenir vers les associations d'élus·es après les élections pour les mobiliser autour de nos enjeux via un GROS paquet de carte postale.

Une action avec 2 objectifs :

- Mobiliser les spectateur·ices en tant que citoyen·nes et électeur·ices.
- Sensibiliser massivement les élus·es et leurs associations pendant et après les élections.

OUTILS

Retrouvez les outils militants sur le site de la Fédération nationale des arts de la rue, ainsi que les fichiers imprimables pour la campagne :
<http://www.federationartsdelarue.org/actions/rue-en-campagne>

CONTACT

Adresse:

Fédération Nationale des arts de la rue
C/o Maison des Réseaux Artistiques et Culturels
221 rue de Belleville
75019 PARIS

Coordonnées

06 33 81 22 93 - coordination@federationartsdelarue.org