

# MARKET ZONE

MANIFESTATION  
INTERDISCIPLINAIRE  
ET TRANSFRONTALIÈRE  
DANS L'ESPACE PUBLIC  
SUR LE THÈME DES MARCHÉS

NICE / France ↔ CUNEO/Italie  
2013-2014

## DOSSIER DE PARTENARIAT



[WWW.MARKET-ZONE.EU](http://WWW.MARKET-ZONE.EU)  
28/05/2014

# LE PROJET MARKET ZONE

## QUOI ?

### QUE DEVIENDRAIT LA VILLE SI LES ARTISTES S'EN EMPARAIENT ?

Le marché est au cœur de la cité. Noyau d'un quartier, il anime des espaces publics centraux. Le marché est un lieu public et convivial, de rassemblement et de rencontres, propice aux expérimentations. Lieux commerciaux à part entière, les marchés représentent la forme de distribution la plus immédiate et porteuse d'authenticité. Espace et moment d'échange direct entre producteurs et consommateurs, ils permettent de perpétuer les traditions des terroirs et les savoir-faire.

Le projet Market Zone offre l'opportunité de rencontrer l'art dans l'espace public, l'espace quotidien tout en abordant des problématiques larges autour de rencontres entre art, artistes, populations, acteurs locaux et chercheurs.

Pendant 3 semaines, à l'automne 2014, le marché de la Libération à Nice et ceux de la Piazza Galimberti et de la Piazza Seminario à Cuneo seront investis par les œuvres d'artistes, plasticiens, mais aussi designers, architectes, graphistes, urbanistes...

## QUAND ?

NICE : 19 SEPTEMBRE - 8 OCTOBRE 2014

CUNEO : 17 OCTOBRE - 9 NOVEMBRE 2014

L'année 2014 coïncide avec la célébration du 50e anniversaire du jumelage entre Nice et Cuneo. Une réception officielle est organisée pour l'inauguration, en partenariat avec la ville de Nice, le vendredi 19 septembre 2014 sur le parvis de la gare du Sud (date et horaires à confirmer).

## QUI ?

19 ARTISTES ÉMERGENTS FRANÇAIS ET ITALIENS

ARTISTES PLASTICIENS, DESIGNERS, ARCHITECTES, GRAPHISTES, URBANISTES

AUT (Riccardo Berrone, Federico Bovara et Luca Coppola), Paolo Borghino - StudioErrante Architetture, Nicolas Boulard, Stefano Capodiecì et Giovanna Zanghellini, Cristian Chironi, Johanna Fournier, Giulia Gallo & Enrico Partengo, Caterina Giuliani, Yannick Langlois et Joselyne Ramirez, Alberto Scodro, Cyril Verde, Rafael Wolf

## À NICE, LE PROGRAMME EN RÉSONANCE

PLUS DE 20 LIEUX ASSOCIÉS proposent une programmation spécifique pendant la manifestation. Thankyouforcoming, La Villa Arson, la Galerie Eva Vautier, Espace A VENDRE, la Galerie Maud Barral, Loft / Galerie Sandrine Mons, Maison abandonnée [Villa Cameline], la Galerie de la Marine, la Galerie des Ponchettes, Botoxs, Fairplaylist, L'Eclat, Court Circuit, Le Collège Vernier, La Zonmé, le collège Vernier (liste non définitive)

## OÙ ?

EXPOSITION DANS L'ESPACE PUBLIC

sur le marché de la Libération à Nice puis sur le marché de la Piazza Seminario à Cuneo

Le projet sera aussi déployé dans les lieux alentours : halle couverte du marché, galeries, espaces municipaux de proximité (Nouvelle médiathèque de la Gare du Sud, Ecole municipale des Beaux-Arts), commerçants, etc.

## LES PARRAINS DU PROJET

### FRANCE

**Marc Barani**, architecte lauréat du Grand Prix National de l'Architecture 2013  
**Matali Crasset**, designer  
**Stéphane Magnin**, plasticien

### ITALIE

**Andrea Caretto et Raffaella Spagna**, artistes  
**Undesign**, graphistes  
**Paolo Ulian**, designer

## LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DÉJÀ ENGAGÉS

Ce programme est cofinancé par l'Union européenne - Fonds européen de développement régional, dans le cadre du programme de coopération France-Italie ALCOTRA 2007-2013.

### PARTENAIRES MARKET ZONE FRANCE

L'association DEL'ART bénéficie du soutien de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, de la Ville de Nice et du Conseil général des Alpes-Maritimes.

### PARTENAIRES MARKET ZONE ITALIE

Regione Piemonte, Provincia Cuneo, Comune Cuneo, Gai- Giovani artisti italiani, FAI, Camera di Commercio Cuneo, Ascom Cuneo, FIVA Cuneo, Ordine Architetti Cuneo, Facoltà Agraria.

## UN PROJET COLLECTIF

### APPEL À PROJET

Un appel à projet a été lancé en mars 2013 auprès d'artistes, graphistes, architectes, designers, urbanistes des scènes émergentes française et italienne.

Plus de 250 dossiers ont été reçus, d'une extrême qualité.

Les participants ont été sélectionnés en juin 2013.

### UN WORKSHOP COMMUN RASSEMBLANT LES ARTISTES

Les artistes sélectionnés ont été invités à participer à un workshop commun pour leur permettre de découvrir les deux villes, les marchés, le projet, les acteurs locaux et les partenaires (10 jours à Cuneo en octobre 2013 puis et une semaine à Nice en novembre 2013).

### DES PROJETS D'ARTISTES SPÉCIFIQUES

Fort de ces expériences et de ces temps de travail, chaque artiste conçoit un travail spécifique pour Market Zone. Ces projets inédits et exceptionnels seront présentés lors des expositions à Nice et Cuneo.



# LES ORGANISATEURS

## **DEL'ART, NICE** [www.de-lart.org](http://www.de-lart.org)

L'association DEL'ART développe de nombreux projets dans le domaine de l'art contemporain. Ses actions et programmes témoignent d'une énergie au service de la diffusion et du rayonnement de l'art et des artistes. S'adressant à la fois aux artistes, aux professionnels de l'art, aux porteurs de projets culturels, DEL'ART est un espace-ressource essentiel sur la Côte d'Azur dont l'activité s'organise autour de 3 axes :

- **Publications** : DEL'ART, le guide trimestriel des expositions sur la Côte d'Azur et à Monaco (depuis juin 2006), KIOSK, édition d'artistes mensuelle initiée par Clémentine Roy (depuis avril 2009) et catalogues d'exposition et monographies d'artistes.

<http://blog.de-lart.org> et <http://www.kiosk.clementineroy.com/>

- **Ressources** : La commande artistique dans l'espace public, programme de recherche sur la commande artistique dans l'espace public, professionnalisation des artistes, en partenariat avec la Villa Arson et communication culturelle.

[www.de-lart.public.fr](http://www.de-lart.public.fr)

- **Programmation** : A l'automne 2014, l'association DEL'ART occupera un nouvel espace (200 m<sup>2</sup>), ouvert au public. Avant tout lieu de recherche et d'expérimentation, y seront présentées des expositions, les éditions et des soirées thématiques. Un centre de documentation sera mis à disposition des artistes et des professionnels de l'art contemporain.

Références : Direction artistique, le Dojo, Nice, 2004 - 2009. Organisation du festival Indisciplines, art contemporain dans la ville de Nice, 2007 - 2008 - 2009. Présidence du réseau Botoxs, Art contemporain Côte d'Azur, 2008 - 2011. Membre du CA depuis 2007. Membre co-fondateur de la Station, Nice.

## **ART.UR, CUNEO** [www.zooart.it](http://www.zooart.it)

L'Association Art.ur travaille, depuis 2008, en collaboration avec les institutions locales, à la promotion de l'art dans l'espace public, afin de créer, entre autres, de nombreuses occasions de rapprochement des citoyens à l'art contemporain et de favoriser, en même temps, la promotion et la formation des jeunes artistes, architectes et designers.

Les manifestations d'art contemporain tels que **ZOOart**, **ZOOincittà**, **Local art** et **ManifestaZOOne** représentent le résultat de son engagement pour le soutien, la valorisation et l'insertion de la création artistique dans le milieu urbain, en particulier celui de la ville de Cuneo.

Art.ur collabore avec de nombreuses associations culturelles locales, avec des institutions telles l'Accademia Albertina de Turin, le PAV (Pavillon Art Vivante) de Turin, le Polytechnique de Turin, le IED de Turin et l'Ordre des architectes de la Province de Cuneo, ainsi qu'avec des fondations bancaires, des institutions de promotion pour la jeunesse et des partenaires privés locaux.

### **DEL'ART (FRANCE)**

Florence Forterre, directrice

Claire Migraine (Thankyouforcoming)  
commissaire associée

Floriane Spinetta, chargée de production

Elsa Guigo, chargée de communication

La Langue du Caméléon, création & communication

### **ART.UR (ITALIE)**

Michela Giuggia, directrice

Michela Sacchetto, commissaire associée

Alice Lusso, chargée de production

Cristiana Taricco, administratrice

### **GRAPHISME**

Nicolò Brusa \ Boumaka  
[www.boumaka.it](http://www.boumaka.it)

### **WEBMASTER**

Anna Olmo  
[www.annaolmo.com](http://www.annaolmo.com)

# LE LIEU ET LES PUBLICS

## LE LIEU DE L'EXPOSITION

L'exposition Market Zone aura lieu dans la zone du marché de la Libération à Nice, 5<sup>ème</sup> ville de France avec 343.304 habitants (Insee 2010), la capitale azurée profite pleinement de la dynamique régionale.

Le quartier de la Libération (**22 000 habitants** recensés en 2009) est un lieu symbolique pour la ville, pour son important marché (de fruits, légumes, fleurs, poissons, viandes, miel, fromages, etc.), mais aussi pour sa vie de quartier : mairie annexe, école municipale des Beaux-Arts, nouvelle médiathèque, centre de l'architecture et des permis de construire, nombreux commerçants, restaurants et supermarchés ; c'est un lieu de vie, au patrimoine historique et au devenir en pleine mutation. L'arrivée du tramway et la proximité de l'université jouent de même en faveur de la transformation radicale qui s'opère dans le quartier, créant une polarité commerciale forte. Cet environnement urbain se définit un positionnement unique, qui veille à conserver une identité, une ambiance de village ou de quartier, véritable valeur ajoutée pour l'image du quartier structurant le développement local.

Le marché de la Libération se tient quotidiennement (sauf le lundi) le long du boulevard Malausséna, sur la place du Général de Gaulle, sur la rue Joseph Garnier et sur la partie piétonnière de la rue Clément Roassal, de 6h00 à 12h30. C'est le plus important de la ville de Nice avec ses **130 exposants**.

**Plus de 5 000 personnes** s'y rendent chaque jour.

Il représente une activité commerciale à centralité urbaine véhiculant des valeurs : marché, produits de la terre, nature, éthique, produits culturels...

## LES PUBLICS

LES HABITANTS DU QUARTIER

LES CLIENTS ET ACTEURS DU MARCHÉ

LES TOURISTES

LES AMATEURS ET PROFESSIONNELS DES MONDES DE L'ART

## UNE MANIFESTATION ÉCO-RESPONSABLE

L'organisation et la communication du festival sont traitées de façon écologique, responsable et citoyenne.

Des recommandations particulières sont proposées tant au niveau des transports, de la production des œuvres et des événements, de la gestion des déchets, de la restauration (catering artistes), et de la communication (label Imprim'Vert).

# LA CAMPAGNE DE PROMOTION

## **MARKET ZONE, UNE MANIFESTATION INTERNATIONALE DÉJÀ IDENTIFIÉE UNE VISIBILITÉ ACCENTUÉE**

La presse a été invitée, dès le lancement de l'appel à projet, à suivre le processus de mise en œuvre du festival.

Les événements réalisés en 2013 ont déjà donné lieu à de nombreux retours. La presse et les nombreux relais internet ont diffusé l'appel à candidatures et informé sur les conférences publiques. Les médias régionaux, tant en France qu'en Italie, ont publié des annonces et compte-rendus de ces événements.

## **LE JOURNAL DE MARKET ZONE EN PARTENARIAT AVEC LA STRADA**

La Strada est un magazine culturel incontournable distribué à 35 000 exemplaires dans les Alpes-Maritimes, le Var et la Principauté de Monaco.

Pendant plusieurs mois avant et pendant la manifestation, avec la complicité de la critique d'art Laëtizia Chauvin, la Strada soutiendra Market Zone par la publication d'articles, compte-rendus des conférences du workshop, projets en cours des artistes, analyse des contextes.

Diffusé pendant le temps de la manifestation (automne 2014), la Strada publiera un hors-série gratuit (35 000 exemplaires) annonçant les événements, et présentant les propositions artistiques et les artistes.



## **PLAN MEDIA**

### **RELATIONS PRESSE**

#### **ATTACHÉES DE PRESSE**

Des attachées de presse sont recrutées pour assurer la promotion presse de l'événement à Nice (mars -octobre)  
à Cunéo (été -octobre)

#### **DOSSIERS DE PRESSE**

Actualisé et téléchargeable sur le site, le dossier de presse est envoyé à la presse nationale et locale, généraliste et spécialisée. Les thématiques de Market Zone touchent de nombreux domaines : culture, tourisme, économie, écologie, santé.

Contacts : Presse locale, Presse spécialisée, Tv, Radio

Le fichier Presse de l'Office du Tourisme de Nice est mis à disposition.

#### **PARTENARIAT PRESSE**

Partenaires confirmés :

La Strada (bimensuel, 35000 ex.)

DEL'ART, guide trimestriel des expositions d'art contemporain (trimestriel, 15000 ex.) : insertions publicitaires (n°juin et n° septembre)

NICE EXPRESSION, magazine de la Ville de Nice (mensuel, 250 000 ex.)

Autres partenariats médias en cours de négociation : Presse écrite (Nice Matin), Télévision (France 3 Côte d'Azur, Nice Azur TV), Radio (France Bleu Azur, Riviera Radio)...

## OUTILS DE COMMUNICATION

### AFFICHAGE

Réseau d'affichage municipal et départemental (en partenariat avec la Ville de Nice et le Conseil général des Alpes-Maritimes)

Affichage urbain : sucettes Decaux (120 x 170)

Affichage sur le réseau des bus + affichage urbain (30 x 40, 500 exemplaires)

Affichage dans la ville : 320 x 240

Covering tramway pendant la manifestation

### FLYER

15 x 21 cm, 10 000 exemplaires

Diffusion large : Ville de Nice / Métropole (établissements culturels, 48 mairies de la Métropole), distribution avec le guide de l'art (180 points de diffusion + abonnés + envoi presse nationale)

### GUIDE DE L'EXPOSITION

48 pages, 15 x 21 cm, 8 000 exemplaires distribués gratuitement à Nice et à Cuneo  
présentation du projet, des artistes, informations pratiques et plan, page partenaires

### CARTELS

Une fiche descriptive de chaque oeuvre sera disponible gratuitement dans le parcours de l'exposition (informations précises sur l'artiste, l'oeuvre et les partenariats)

## RELAIS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

L'Office de Tourisme de la Ville de Nice met à disposition de Market Zone tous ses outils de communication (prise en charge de mailings, sites internet, réseau événementiel et programmes culturels, prints.

Diffusion des outils de communication électronique par la Ville de Nice et la CCI Nice Côte d'Azur

Lieux partenaires (Programme en résonnance)

La vingtaine de lieux partenaires relaie les outils de communication de la manifestation.

## COMMUNICATION NUMÉRIQUE

### WWW.MARKET-ZONE.EU

Le site est l'un des supports essentiels de la manifestation.

Chaque partenaire est valorisé sur le site : logo + lien sur leur site internet.

Relais sur les sites internet des associations DEL'ART, thankyouforcoming et Art.Ur

### EMAILING

Campagne emailing :

15 000 emails spécifiquement ciblés (France)

10 000 contacts (Italie)

Publication sur de nombreux sites-relais (secteurs : art, écologie, environnement, social, innovation etc.)

### FACEBOOK

[www.facebook.com/marketzone.art](http://www.facebook.com/marketzone.art)

Active et bilingue, la page Facebook permet d'annoncer tous les événements, de créer un réseau engagé autour de la manifestation et d'être très réactifs.

## ÉVÉNEMENTS DE COMMUNICATION

Conférence de Presse locale pour la présentation officielle de la manifestation

Réception et discours officiels proposés par la ville de Nice

Mise à disposition du théâtre du Consulat d'Italie

# POURQUOI VOUS ENGAGER ?

ÉCONOMIE LOCAL  
COMMERCE ÉQUITABLE ENVIRONNEMENT RECYCLAGE  
ÉCOLOGIE ART DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ÉCOGASTRONOMIE MANIFESTATION EUROPÉENNE TOURISME ENGAGEMENT  
SLOW FOOD ALTERCONSUMMATION CREATION CONTEMPORAINE  
AMÉNAGEMENT URBANISME  
IDENTITÉ D'UN TERRITOIRE RÉGION BIODIVERSITÉ TERROIR  
DYNAMISME CULTURE

# LE BUDGET DE MARKET ZONE

## BUDGET PREVISIONNEL DEL'ART (FRANCE)

AU 15/4/2014

### RESSOURCES

Alcotra (Union européenne)	29 600 €
Conseil régional PACA	21 400 €
Ville de Nice	11 000 €
Conseil général AM	8 000 €
Auto-financement	5 000 €
Prix, bourses, concours	12 000 €
Partenariats	35 000 €
<b>Total</b>	<b>122 000 euros</b>

### INVESTISSEMENT

Production oeuvres	35 000 €
Programme « en résonance »	13 000 €
Communication et traduction	21 000 €
Edition	16 000 €
Fonctionnement (commissariat, coordination)	37 000 €
<b>Total</b>	<b>122 000 euros</b>

# MARKET ZONE ET VOUS

## UN CONTEXTE FORT ET UNE EXPÉRIENCE NOVATRICE

Nice est une ville à forte personnalité.

Elle mérite qu'on invente pour elle un nouveau modèle de manifestation artistique.

Nice et la Côte d'Azur ont de nombreuses traditions brillantes à perpétuer.

L'histoire de l'art a un présent : quelques-uns des plus grands artistes actuels vivent dans notre région.

Architecture, urbanisme et développement durable sont des questions-clés pour notre ville.

Market Zone est prospectif : quelles sont les répercussions d'une telle expérience sur le développement du territoire local ? Quelle vision nouvelle pourrait naître de cette expérience ?

Market Zone souhaite combler les attentes pour un événement artistique d'envergure à Nice et amener un large public vers une expérience directe de l'art.

Créer une dynamique dans la ville autour des œuvres installées, des vernissages, des rencontres, impliquant le public mais aussi commerçants et entreprises.

Une fête de l'art. Projeter une image positive de Nice, autour d'une expérience originale, d'un événement populaire et de la meilleure création contemporaine.

## POURQUOI SOUTENIR CE PROJET

Essentiellement pour l'art, l'environnement et un comportement responsable et engagé

Soutenir la recherche, l'expérimentation artistique et la création contemporaine

Sensibiliser au respect de l'environnement et la préservation du patrimoine naturel

Mettre en valeur le patrimoine urbain, la particularité du marché et du quartier de la Libération

S'engager dans une démarche participative, active et responsable

Créer un nouveau partage de l'espace public

Rendre nos villes plus agréables à vivre

## ÊTRE PARTENAIRE POUR...

- être un acteur à part entière du projet
- communiquer autrement, en externe, vis-à-vis de ses clients, ses partenaires ou du grand public mais également en interne, auprès de ses équipes
- associer son image à un événement médiatisé auprès du grand public
- marquer ses différences et son engagement dans d'autres domaines que professionnels
- affirmer ses valeurs et de mettre ses compétences au service de l'intérêt général
- apporter son soutien, sa force et ses compétences à un projet international engagé auprès de la création émergente
- participer à l'attractivité de son territoire et contribuer au rayonnement de la région
- développer son image de marque et donner du sens à son développement économique
- bénéficier d'avantages fiscaux non négligeables <sup>1</sup>

1. Pour plus d'informations sur les avantages fiscaux voir en page 11 - Les bénéfices du sponsoring

# QUEL(S) PARTENARIAT(S) ?

## COMMENT SOUTENIR CE PROJET ?

**PROJET GÉNÉREUX, EXPÉRIMENTAL ET AMBITIEUX,  
MARKET ZONE NE PEUT ÊTRE UN SUCCÈS QU'AVEC VOUS.**

Nous vous proposons 3 types de partenariats possibles, en fonction des postes sur lesquels vous souhaitez vous investir pour :

- COPRODUIRE DES ŒUVRES
- SOUTENIR LES PROJETS ARTISTIQUES
- ACCUEILLIR LES ARTISTES ET LES INTERVENANTS
- DÉMULTIPLIER LES MOYENS DE COMMUNICATION

## 1. PARTENAIRE PRINCIPAL (À PARTIR DE 10 000 €)

### VOTRE ENGAGEMENT

Prise en charge d'un montant conséquent du financement de la manifestation Market Zone. Il est possible de négocier ensemble un partenariat sectorisé exclusif.

### LES CONTREPARTIES

Vous êtes associé à l'ensemble des activités de la manifestation

- Présence de votre logo sur tous les supports de communication print (flyers, programme, affichage, insertions presse)
- Mention spécifique de votre soutien sur le site [www.market-zone.eu](http://www.market-zone.eu) (+ page dédiée, renvoi à votre site)
- Présence du logo sur tous les supports de communication web (Sites [market-zone.eu](http://market-zone.eu), [de-lart.org](http://de-lart.org) et pages Facebook)
- Mention spécifique de votre soutien sur le journal de la manifestation
- Logo et mention du soutien sur les communiqués et dossiers de presse
- Une communication transfrontalière : votre logo sur les éléments de communication de nos partenaires italiens
- Invitation à l'inauguration pour vous et vos invités, en présence de nos partenaires institutionnels, des artistes et des producteurs de la manifestation
- Parcours (demi-journée) accompagné de la manifestation pour vos invités (clients, salariés...) et cocktail
- Rencontres organisées avec les artistes sur demande
- Votre logo sur le cartel des œuvres dans la ville

## 2. PARTENAIRES DE PROJET

### VOTRE ENGAGEMENT

Vous accompagnez une étape particulière du projet Market Zone, ou vous soutenez la production d'une œuvre ou d'un événement en particulier.

Budgets différents selon la nature de chaque projet.

### LES CONTREPARTIES

Les retombées sont liées au projet soutenu. Les contreparties sont évaluées ensemble, à la mesure de votre engagement.

### 3. PARTENAIRE EN SERVICE/NATURE

#### VOTRE ENGAGEMENT

Vous accompagnez un poste spécifique du projet Market Zone.

Par exemple pour le transport, les assurances, les matériaux nécessaires à la production des œuvres, l'hébergement et diverses fournitures.

#### LES CONTREPARTIES

Les retombées sont adaptées en fonction de la valeur du partenariat ; votre logo sur le site et autres éléments de communication.

### LES BÉNÉFICES DU SPONSORING

#### IMAGE DYNAMIQUE

Au-delà de toutes les contreparties envisageables en terme de sponsoring, devenir partenaire du projet Market Zone vous permet d'associer votre image à une opération largement médiatisée.

**En effet, votre image sera dynamisée par la volonté de soutenir des artistes dans leur projet.**

Au delà d'une aide financière pour la réalisation de cet événement, vous vous montrerez sensible à un engagement sociétal, une réflexion sur la place de l'art dans la société. Les fortes valeurs associées à l'art contemporain (avant-garde, prise de risque, regard sur le monde contemporain) vous offrent l'occasion de dynamiser l'image de votre entreprise.

#### IMPLICATION RÉGIONALE

S'associer à Market Zone, c'est participer au dynamisme et au rayonnement de la région. C'est se rapprocher de ses consommateurs. Au delà du développement économique, c'est un véritable don de sens pour votre entreprise.

Des bénéfices externes mais aussi internes : l'entreprise est reconnue comme acteur de développement social grâce à une meilleure intégration dans son environnement.

#### AVANTAGES FISCAUX

Les dépenses de parrainage sont déductibles des résultats imposables de l'entreprise dès lors qu'elles sont « exposées dans l'intérêt direct de l'exploitation ».

Les versements effectués au titre du mécénat entraînent une réduction d'impôts égale à 60% de leur montant dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires hors taxes. La réduction d'impôts est faite dans la limite de 20% du chiffre d'affaires. Faire un don important permet donc de bénéficier pour une entreprise d'un crédit d'impôts égal à 60% de la somme versée. Ce crédit d'impôt vient en déduction de l'impôt dû au titre de l'exercice ou des exercices suivants et permet de reporter l'excédent des 5 pour mille sur les années suivantes.

### ET APRÈS ?

En France, DEL'ART travaille à une mission à long terme sur la commande artistique dans l'espace public, qui intégrera naturellement les archives de ce projet, ouvertes au public et aux chercheurs, par la création d'un centre de ressources.

Les échanges entre l'Italie et la France se poursuivront par la mise en place d'actions de formation des artistes pour leurs projets dans l'espace public.

Enfin, les liens tissés permettront peut-être de faire de Market Zone une manifestation internationale, reprise dans de nouveaux contextes ?

# CONTACTS

DEVENEZ PARTENAIRES !  
CONTACTEZ-NOUS !

## MARKET ZONE FRANCE

**Florence Forterre**, directrice

T 06 30 20 47 24

**Claire Migraine**, commissaire associée

T 06 74 98 52 47

**Elsa Guigo**, chargée de communication

DEL'ART

40 ter rue Vernier 06000 NICE

info@de-lart.org

[WWW.MARKET-ZONE.EU](http://WWW.MARKET-ZONE.EU)

Ce programme est cofinancé par l'Union européenne - Fonds européen de développement régional, dans le cadre du programme de coopération France-Italie ALCOTRA 2007-2013.

