

*Les Arts de la Rue*, source de vie en milieu urbain, moyen de communication, d'information, composent le véritable « style » de notre siècle, et déterminent *l'image de marque* de notre époque.

Des élus, des ingénieurs, des techniciens, des architectes, des urbanistes, des animateurs prennent chaque jour des *décisions*, chacun selon ses compétences et ses responsabilités, qui modifient *l'environnement esthétique*.

*Phénomène universel*, il exige un bilan, il appelle des synthèses. Des besoins nouveaux surgissent quotidiennement auxquels les « décideurs » doivent immédiatement faire face. Des données précises, des éléments comparatifs, des exemples à suivre leur sont nécessaires.

L'erreur en ce domaine est grave, sinon fatale, ses conséquences nombreuses pour la collectivité. L'information, souvent incomplète, élude les aspects secondaires, minimise le coût, ignore la psychologie des « utilisateurs ».

Secteur non rationalisé, les arts de la rue doivent rester « libres », mais l'exigence d'une *information précise* et exhaustive dans sa *diversité* et sa *qualité* est d'autant plus impérieuse.

Approche différente, état d'esprit nouveau, ce *livre blanc* — qui remet en question beaucoup d'idées reçues — met en évidence l'ampleur de ce secteur et sa nécessaire prise en compte dans les revendications pour la qualité de la vie.