

## [PORTRAIT] "Casser cette image du tag que tout le monde déteste"

[tribuca.net/detente\\_103574508-portrait-casser-cette-image-du-tag-que-tout-le-monde-deteste](http://tribuca.net/detente_103574508-portrait-casser-cette-image-du-tag-que-tout-le-monde-deteste)



César Malfi et Julie Lascombes (directrice de Printemps Polygone) devant le nouveau corner.

**Dans le cadre des animations de Noël, le magasin Printemps Polygone Riviera a organisé un événement insolite : l'artiste niçois César Malfi y a réalisé une performance artistique de street-art en live de plus de trois heures.**

Si ce nom vous dit quelque chose c'est normal. Des Galeries Lafayette au chalet des artistes du marché de Noël en passant par le château de Crémat et le Radisson, le jeune Niçois qui allie l'art classique de la Renaissance au moderne du street-art, est partout.

A 26 ans, il a mené sa barque depuis la fac de droit (où il a fait un master 1 en fiscalité) avant de se consacrer entièrement à son art. Réalisé le 23 décembre, ce live painting sous enseigne Printemps a donné lieu à la création d'une œuvre de 2 x 1,5m exclusive pour le magasin, ainsi que l'ouverture du premier pop-up store de street-art de la Côte d'Azur dédié à l'artiste. Questions à César Malfi.

## **Printemps, Galeries Lafayette, hôtels Radisson ou Marriott, travailler avec et pour les entreprises est-ce un choix ?**

Oui, j'apprécie ces collaborations avec des entreprises, parce que je sens que je leur apporte une plus-value. Elles ont toutes des besoins différents, je peux vraiment m'y adapter, ça me permet de ne pas m'ennuyer... C'est un développement artistique un peu spécial, mais c'est une réelle volonté de ma part. Ce sont souvent des partenaires de confiance.

## **Le live-painting, une nouvelle façon de partager l'art ?**

Pour moi, c'est une nouvelle manière de démocratiser le rapport avec l'art et de changer cette vision élitiste, justement, que l'on peut en avoir. Le street-art le fait très bien puisqu'il est directement au contact des spectateurs et pas dans un musée, un lieu clos où il faut être invité. Bénéficier de la confiance d'entreprises comme le Printemps ou les Galeries, ça permet d'aller intriguer, de sensibiliser le spectateur. Pour moi, c'est une excellente façon d'ouvrir l'accès à la culture.

## **Lors de ces performances, quelle est la réaction du public ?**

C'était génial, il y avait plein de gens qui s'arrêtaient pour poser des questions, me féliciter. Ça change leur routine et c'est une belle manière de dynamiser un espace. Des événements comme ceux-là permettent des discussions, des échanges. Les gens sont surpris, émerveillés, ça leur permet de comprendre comment le processus de création fonctionne. Rien que de voir les yeux des spectateurs briller, c'est une valeur inestimable.

## **Le happening au Printemps a ouvert au concept de premier pop-up store de la Côte d'Azur dédié au street-art. Grisant ?**

Extraordinaire. C'était une initiative géniale, et je suis très touché de la confiance qu'ils m'ont accordé pour ce premier pop-up store.

## **Une belle victoire quand on connaît la mauvaise réputation que traîne le street-art depuis des années...**

Le street-art avait une image négative, associée au vandalisme. Mais avec le temps, avec les live-painting et le contact avec les gens, on se comprend, et ça ouvre un canal de communication. Le street-art a évolué, on a cassé cette image du tag que tout le monde déteste.

## **Des projets à venir ?**

Oui, beaucoup ! Mais je ne peux pas parler de tout... Ce que je peux dire, c'est que je vais investir le château de Crémat début janvier. Je vais peindre l'entrée de la future galerie du château, et ce sera une œuvre pérenne.

J'organise aussi des événements team building sur le thème du street art sur le rooftop de l'hôtel Marriott. Pendant deux heures, chacun apprend à utiliser une bombe et réalise sa

première toile de street-art. Les résultats sont bluffants car je permet aux collaborateurs d'obtenir un résultat qui demanderait dix ans d'expérience grâce aux conseils et aux techniques que je transmet.



L'illustrateur Eric Garence, Christophe Frey, directeur général ARM France et César Malfi en pleine séances de dédicaces chez ARM Sophia après avoir relooké le parking mi-couvert du site.