NOUVEAU PARIS POPULAIRE

2026 DICOM 14 - Amendement 01 :

Signataires : Sophia Chikirou, Emile Meunier, Céline Verzeletti, Roland Timsit, Sonia Chaouche, Rodrigo Arenas, Sophie de La Rochefoucauld, Christophe Prudhomme, Sabrina Nouri

Dispositif:
Les articles 1 et 2 sont remplacés par deux articles ainsi modifiés :

Article 1 : Est approuvé le principe de passation des conventions de partenariat média avec Radio Nova, Le Bonbon, la Société Française Promotion Artistique (Connaissance des Arts) et Artclair Editions ;

Article 2 : Sont approuvées les modalités des conventions de partenariat média avec Radio Nova, Le Bonbon, la Société Française Promotion Artistique (Connaissance des Arts) et Artclair Editions ;

Exposé des motifs :
Cet amendement a pour objet de supprimer les partenariats de mécénat et financiers pour l'évènement Nuit Blanche.

Depuis sa création, Nuit Blanche constitue un rendez-vous culturel populaire, ouvert et accessible, permettant à toutes et tous de se réapproprier l'espace public par l'art, la création et la fête. Sa gratuité et son déploiement dans les rues, places, équipements publics et quartiers de Paris en font un événement qui favorise l'accès à la culture pour l'ensemble des Parisiennes et Parisiens.

Or, l'édition concernée prévoit plusieurs conventions de mécénat et de parrainage financier avec de grandes entreprises privées, notamment :

- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton, pour un soutien de 150 000 € HT ;
- Fondation Simone et Cino Del Duca – Institut de France, pour un soutien de 10 000 € HT ;
- L'Oréal SA, pour un soutien de 25 000 € HT.

Nous considérons que ces partenariats suivent une logique de marchandisation croissante des événements publics et culturels. À travers le mécénat et le parrainage, de grands groupes privés associent leur image à une manifestation financée et portée par la collectivité, bénéficiant ainsi d'une visibilité et d'un prestige culturel qui ne devraient pas dépendre d'intérêts commerciaux.

Nous défendons au contraire une conception de la fête et de la culture comme biens communs, émancipés des logiques publicitaires et des stratégies de communication des

multinationales. La démarchandisation de l’espace public et des grands événements populaires est un objectif politique assumé.

Par ailleurs, les montants concernés demeurent marginaux au regard du budget de la Ville de Paris et des moyens mobilisés pour l’évènement Nuit Blanche. La collectivité parisienne dispose des capacités budgétaires nécessaires pour garantir l’organisation de cet événement sans dépendre de financements privés dont la contrepartie est avant tout symbolique en vue d’une bonne réputation.

Parce que Nuit Blanche appartient à toutes et tous, parce qu’elle se déroule dans l’espace public et qu’elle est accessible gratuitement à la population, nous demandons la suppression de ces conventions de mécénat et de parrainage financier afin de préserver l’indépendance, le caractère populaire et non marchand de cet événement culturel majeur.