

NICE « Bonheur à ceux qui vont nous survivre et goûter la douceur de la liberté et de la paix de demain », écrivait Missak Manouchian dans sa dernière lettre à sa femme. À Nice, une fresque leur rend désormais hommage.

Une fresque pour honorer deux figures de la Résistance

PAR JADE MONKOUOP / AGENCENICE@NICEMATIN.FR

DEUX VISAGES VIENNENT d'être peints sur une façade d'un immeuble, boulevard de la Madeleine à Nice. Il s'agit de Missak et Mélinée Manouchian, deux figures de la Résistance. Fusillé en 1944, Missak est devenu un symbole : survivant du génocide arménien, héros de guerre, et désormais panthéonisé. Pour leur rendre hommage, l'artiste niçois Artmor a réalisé en un week-end une fresque, inaugurée hier.

Un hommage historique en plein cœur de Nice

À l'entrée du quartier arménien, sur le boulevard de la Madeleine, deux visages veillent désormais sur les passants. Ceux de Missak et Mélinée Manouchian. Un couple devenu symbole d'engagement et de sacrifice. Derrière leurs portraits, peints à l'aide de pochoirs sombres, les drapeaux français et arménien se devinent en pointillé. Une œuvre discrète, presque cachée, mais porteuse d'un message fort : celui d'une mémoire partagée entre deux peuples.

L'élu niçois Anthony Borré, président de Côte d'Azur habitat, rappelle que la Ville a déjà rendu hommage aux Manouchian, notamment à travers un lycée qui porte leur nom. Mais cette fresque, au cœur d'un quartier populaire, touche autrement.

Côte d'Azur habitat, propriétaire de l'immeuble, voulait donner une dimension artistique à certaines façades. Après un appel à projet, plusieurs propositions ont été soumises à un jury. Celle d'Artmor a été retenue. Il s'agissait de sa première fresque à portée historique. « Ils m'ont laissé carte blanche. J'ai présenté plusieurs maquettes. Ils ont choisi la plus sobre », raconte l'artiste.



Une fresque rend hommage à Missak et Mélinée Manouchian, figures de la résistance, à La Madeleine. PHOTO DE JADE MONKOUOP

Sur la fresque, le visage de Missak est grave, presque dur. Celui de Mélinée, plus doux, apporte une touche d'apaisement. Le contraste est voulu. La palette sombre, aussi. Pour Artmor, l'objectif était clair, « représenter la liberté de façon sobre et compréhensible ».

Une fresque mal accueillie au départ

Sur la façade blanche, la fresque attire aujourd'hui les regards. Mais cela n'a pas toujours été le cas. Avant sa réalisation, le projet a suscité des critiques. Certains riverains s'interrogeaient sur sa pertinence, d'autres sur son esthétique.

Lors de l'inauguration, des habitants regardaient la scène depuis leurs fenêtres, intrigués. « L'art doit être dans la rue, pour tous les quartiers », a répondu l'élu. Et l'artiste Artmor en témoigne, « un jeune garçon m'a demandé qui étaient ces personnes. C'est là que j'ai compris que le pari était réussi ».

En tout, le projet a coûté plus de 12 000 euros. Un montant que l'organisme assume pleinement. « Ce financement n'impactera pas les autres travaux nécessaires », a précisé Anthony Borré, soucieux de rassurer les habitants du quartier.

NICE Le centre commercial accueille une vente éphémère de produits dégriffés.

Des grandes marques à prix cassés à Nice Lingostière

LE CENTRE COMMERCIAL Nice Lingostière propose une nouvelle expérience shopping en accueillant LF Destock, une société qui propose à la vente des produits de marques à prix cassés. Une vente événement qui va durer jusqu'au 20 septembre.

Avec près de 100 boutiques et restaurants, le centre commercial Nice Lingostière souhaite « proposer une expérience d'achat différente, basée sur des prix attractifs et des marques prisées ». Parmi

les griffes proposées lors de cette opération, on retrouve Tommy Hilfiger, JOTT, Ralph Lauren ou encore Lacoste.

Pour marquer l'événement, un jeu concours sera également organisé sur les réseaux sociaux du centre commercial. Deux bons d'achat de 50 euros seront à gagner lors d'un tirage au sort prévu le 17 septembre.

À l'issue de cette opération, d'autres ventes éphémères vont être programmées, notamment



Le centre commercial Nice Lingostière, en juin.

PHOTO JEAN-FRANÇOIS OTTONELLO

autour de la seconde main avec des enseignes comme ABIO6 ou EasyCash.

L'objectif : « Proposer tout au long de l'année des événements originaux, accessibles et en phase avec les attentes des consommateurs ».