

## Ambiance tropicale rue Mathieu-de-la-Drôme et côte Jacquemart

Forte du succès rencontré les deux étés précédents par les décorations aériennes installées rue Mathieu-de-la-Drôme et côte Jacquemart, la Ville de Romans renouvelle l'opération cette année et vous invite à une plongée dans la forêt tropicale. Une action qui s'inscrit dans le cadre de sa politique de redynamisation du centre-ville.

La côte Jacquemart et la rue Mathieu-de-la-Drôme se sont métamorphosées en forêt tropicale avec une nouvelle installation signée de l'artiste Patricia Cunha et de son collectif Impact Art Production. Depuis le début du mois de mai, des milliers de feuilles aux couleurs et aux formes variées se balancent ainsi, doucement, au gré du vent, dans un doux bruissement. Recyclable, cette nouvelle décoration aérienne, qui s'étend sur 800 m<sup>2</sup>, s'inspire du Brésil et, plus particulièrement, du mouvement historique Tropicalia\*. Vous retrouverez également des rappels de cette décoration - qui restera en place jusqu'à l'automne - dans les vitrines de vos commerçants.

C'est la troisième année consécutive que la Ville de Romans fait appel à cette artiste portugaise à la renommée internationale pour décorer une partie de son parcours marchand. Ses précédentes installations, des rubans multicolores, puis son ciel de bulles ou « bubble sky » ont attiré, en effet, de nombreux curieux et fait le buzz sur les réseaux sociaux, contribuant à faire parler de Romans bien au-delà de son territoire.



Et tel était bien le but de cette initiative - portée par la Ville de Romans, en collaboration étroite avec les commerçants et artisans de ces deux rues : donner de notre ville une image attractive.

### La démarche de l'artiste

Patricia Cunha est à l'origine des fameux parapluies (Umbrella sky project) que l'on a pu voir fleurir à travers toute l'Europe. « *Ce projet est né d'une réflexion pour revitaliser une rue commerçante traditionnelle abandonnée*, explique l'artiste. *L'idée était d'apporter de la couleur et de la joie aux habitants en développant des installations artistiques à moindre coût dans l'espace public. L'art est pour tout le monde et doit être facile d'accès.. Nous avons utilisé des éléments très colorés pour contraster avec les murs gris des villes. Notre souhait était de susciter des émotions, des réactions, des commentaires.*

*L'objectif de ces installations, au final, est d'avoir un vrai impact sur la vie des gens dans leur quotidien.»*

Objectif atteint ! A peine installée, cette forêt tropicale, en perpétuel mouvement, constitue déjà une véritable attraction et de nombreuses photos circulent déjà sur les réseaux. Nous invitons d'ailleurs les internautes à ajouter à leur post les hashtags #instaromans #fiersderomans ainsi que le hashtag #ColoringLife créé par le collectif Impactplan Art Production.

---

(\*)Le tropicalisme ou *tropicália* est un mouvement culturel apparu au Brésil en 1967. Son apparition fait suite au coup d'État de 1964, à l'origine de la dictature militaire. Ce courant a synthétisé divers courants sonores et lancé l'idée d'une musique universelle. Les tropicalistes contestaient le nationalisme et la musique populaire brésilienne de l'époque. Ils ont adapté le psychédéisme et le courant hippie à la réalité brésilienne.

### Verbatim

---

**☞ Anthony Courbon-Paqualini, conseiller spécial délégué à l'Animation commerciale :** « *Il s'agit de faire en sorte que notre centre-ville se distingue des autres centres villes de France. Et pour cela, nous devons jouer sur nos spécificités afin de le rendre unique et d'attirer ainsi visiteurs et consommateurs, qu'ils viennent d'ici ou d'ailleurs. Notre volonté, de fait, est d'animer et de rendre plus agréable le parcours marchand, afin que l'on ait plaisir à le sillonner à pied et à consommer. Notre ambition, autrement dit, est de créer du flux pour générer de la consommation et par conséquent, du chiffre d'affaires pour les commerçants.* »

**☞ Amanda Clouzeau, adjointe au maire déléguée à la Dynamique de centre-ville :** « *Ces décorations aériennes sont une vraie valeur ajoutée. Elles ont eu un tel succès et généré une telle communication, les étés précédents, qu'il était impensable de ne pas rééditer cette opération. L'idée est d'agrémenter le parcours marchand et de guider, en le jalonnant, les pas des visiteurs. Comme c'est déjà le cas avec les chaussures géantes, disséminées en centre-ville, ou encore la réalisation de fresques comme celle du carnaval, côte des Cordeliers.* »