

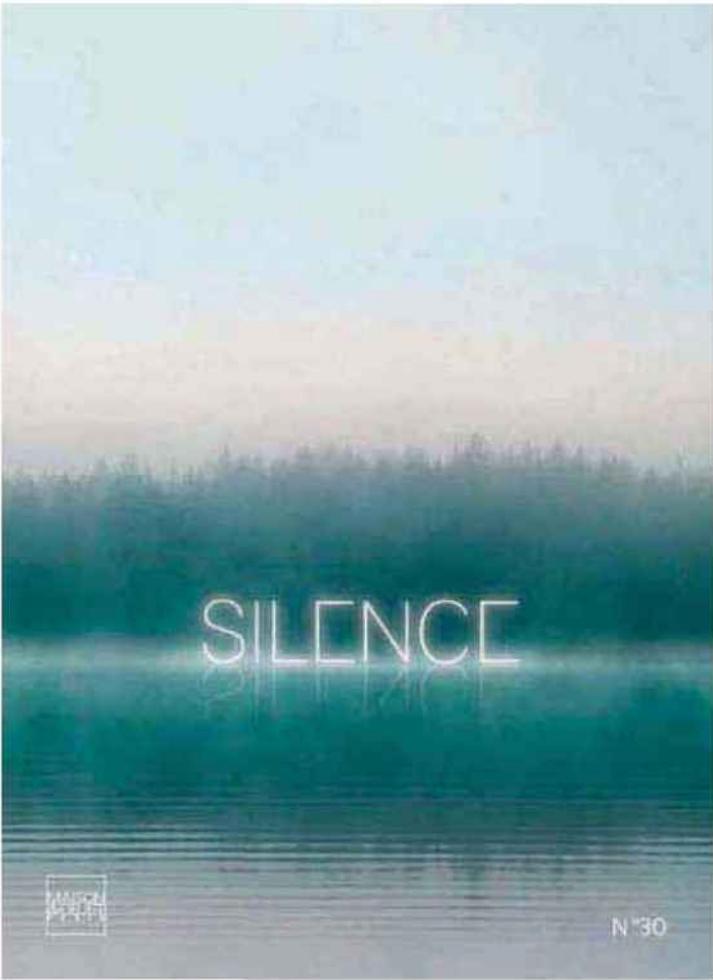


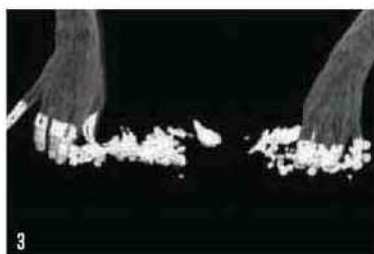
ON EN PARLE

Chuuuuut...

Au dernier Salon Maison & Objet, l'art de vivre et le style s'offraient une cure de silence. Mais, au-delà des tendances, la question est intimement sociétale. Dans une époque survoltée, bavarde et criarde, l'appel au silence est devenu un phénomène qui fait du bruit

Par **DORANE VIGNANDO**





1 Illustration dans le cahier de tendances du Salon Maison & Objet. 2 Les bols épurés du designer Michael Anastassiades. 3 « Claviers », vidéo muette de l'artiste Cécile Le Talec. 4 La bibliothèque « Deep Sea » signée Nendo pour Glas Italia, les tabourets « Meditation Stools » de Michael Anastassiades ou ce vase lune coréen traditionnel, un pur objet de contemplation.

Une pièce remplie d'écrans vidéo, de télévisions en marche, de cris incessants, de décibels assourdissants qui plongent le visiteur dans un vacarme insupportable. Un couloir de « décompression » permet de s'échapper, débouchant sur diverses alcôves présentant des œuvres, telle « Trauma » du plasticien Dominique Blais, qui évoque les acouphènes, ou la vidéo de Cécile Le Talec montrant un piano qui joue un morceau de musique, sans aucun son. Tel est le parcours imaginé par la spécialiste des tendances Elizabeth Leriche pour traiter de la thématique « Silence » au dernier Salon Maison & Objet. « Les créateurs renouent avec l'allègement de la matière, l'abstraction de la géométrie, la transparence, les tons éthérés, qui composent les règles de la loi du silence formel. On ne veut plus d'objets bavards, trop ornements. On préfère un design discret, minimal mais serein et poétique », remarque Marie-Jo Malait, rédactrice en chef du cahier d'inspirations de Maison & Objet. En témoignent cette bibliothèque en strates de verre tout en dégradé de bleu baptisée « Deep Sea » et signée Nendo pour Glas Italia, les tabourets « Meditation Stools » de Michael Anastassiades ou ce vase lune coréen traditionnel, un pur objet de contemplation.

Dans notre société saturée d'images et de connexions, le silence, de plus en plus rare, est le nouveau luxe. « Il n'est pas l'absence

de quelque chose, mais la présence de tout », professe le bioacousticien américain Gordon Hempton. Il prédit pourtant que « le silence – à l'abri des nuisances sonores humaines – risque de disparaître dans les dix prochaines années ». De quoi méditer sur la question en filant faire une cure de silence, couplée d'une « digital detox » dans un ancien monastère transformé en hôtel zen pour bobos stressés...

Comme l'écrit si sagement Alain Corbin, « le silence a perdu sa valeur éducative » (1). Rééduquons-nous donc. Si Martin Scorsese a baptisé son prochain film « Silence » (sortie le 8 février prochain), le Théâtre de Chaillot présente le projet « Silence(s) » du chorégraphe Dominique Dupuy, à travers une trentaine de journées dédiées (jusqu'en décembre 2017) avec ateliers, cours de danse et leçons de silence données par des philosophes et universitaires... Tandis que d'autres se mobilisent publiquement. A Londres, l'association Pipedown s'est constituée pour protester contre le harcèlement musical dans les lieux publics, « aussi nocif que le tabagisme passif et qui peut rendre fou n'importe qui », remarque Nigel Rodgers, chef de file du mouvement. A force de hauts cris, il a ainsi obtenu de supprimer la musique d'ambiance chez Marks & Spencer.

D'autres initiatives font le buzz : à New York, le restaurant EAT, dans le quartier branché de Greenpoint, propose des dîners silencieux, où le client ne parle plus

la bouche pleine et se recentre sur le goût des plats. Côté fêtes, la folie des décibels n'atteint plus les oreilles des voisins mécontents avec la mode des « silent parties », où l'on se déhanche avec un casque auditif sur les oreilles. Jusqu'à en porter un en Antarctique quand le groupe de hard rock Metallica décide de faire un méga concert silencieux, histoire de ne pas déranger les phoques.

Bonne cause ou pas, la tendance motus et bouche cousue s'est désormais transformée en plan marketing redoutable. Dans nos pages, Sophie Fontanel s'interrogeait il y a quelques mois sur « le mutisme, nouvelle communication des stars », en citant Beyoncé qui n'accordait aucune interview au « Vogue » américain tout en faisant la couverture du plus grand magazine de mode du monde. Si certains silences valent mieux que de grands discours, certaines célébrités ont compris que pour exister, il valait mieux la boucler. « Se taire est devenu un « fashion statement », remarque Mathilde Gaist, planneur stratégique chez Futurebrand. Les réseaux sociaux ont galvanisé cette façon de communiquer de manière non bruyante. On se parle sans bruit, mais avec des milliers d'autres personnes à coups d'émoticônes. Pour moi, le retour au silence n'est pas quelque chose d'introspectif ou de méditatif, c'est un nouveau cri de ralliement. » Mais qui fait souvent beaucoup de bruit pour rien. ■

(1) « Histoire du silence », par Alain Corbin, Albin Michel.