

Neuchâtel souligne «La marque jeune»

Le MEN raconte la diabolisation d'un âge perçu comme dangereux.

Tout débute dans une Suisse de carte postale, avec chalets, herbe verte et géraniums. Ce paradis apparaît vite menacé. Il y a «Péril en la demeure». La TV et les journaux induisent jusqu'ici le bruyant chaos du monde.

Et qui est à l'origine de ce chaos? Mais les jeunes, la plupart du temps! «Inventée» au XIXe siècle, mise en avant depuis 1950, l'adolescence devient l'âge des révoltes et dérèglements. «Incontrôlable et irrecupérable!» Il suffit d'écouter ce qu'en ont dit depuis un demi-siècle Radio Sottens puis la TSR.

Montée par Marc-Olivier Gonseth au Musée d'ethnographie de Neuchâtel, ou MEN, *La marque jeune* (un clin d'œil au dessinateur Jacobs) se veut plus constructive. Elle parle de rites initiatiques et de «dynamisation de la société». La

rébellion devient du coup un marché juteux. Guerlain, marque bourgeoise par excellence, finit ainsi par sortir un parfum nommé *Insolence*.

L'exposition, située dans la mouvance de celles de Jacques Hainard, fragmente peu l'espace du musée qui bénéficie pour une fois de la lumière naturelle. De grandes salles remplacent l'habituel labyrinthe. *La marque jeune* a du coup l'air d'une petite exposition. C'est presque trop peu, en dépit de quelques beaux objets africains pris entre deux tags, devenus mode, et une auto brûlée. (ed)

■ *MEN, 4, rue Saint-Nicolas, Neuchâtel, jusqu'au 1er mars. Tél. 032 718 19 60, site www.men.ch. Ouvert du mardi au dimanche, de 10 h à 17 h.*



«Révolte purifiée». Entre émeute banlieusarde et mode nouvelle. (ALAIN GERMOND/MEN)

