



NEUCHÂTEL Le Musée d'ethnographie sème de la graine de petits curieux au centre-ville

Une exposition à visiter sous le sceau du secret

CATHERINE FAVRE

«On ne peut exposer le secret, on doit le vivre». Fort de ce credo, le Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN) bouscule les codes de la communication convenue. Pas de guide explicatif, pas de publication, rien ne doit transpirer sur le contenu de l'exposition qui s'est ouverte hier dans quinze lieux... top secret.

Et pas question de vendre la mèche, le visiteur, dont la mission est de déchiffrer un message codé, s'engage à la discrétion par contrat de confidentialité. C'est à ce prix qu'il sera admis dans la Confrérie du secret. Même régime pour les journalistes, conviés à une étrange conférence de presse dans des locaux du centre-ville où le MEN s'est replié, le temps de rénover son bâtiment principal.

Conservateur, adjoints, scénographes, ils sont tous là, la bouche en cœur, à nous dire qu'ils ne veulent rien dire. Seule certi-

tude: la chasse au trésor commence à l'Office du tourisme ou au MEN les jours fériés.

Certaines installations s'intègrent dans le paysage urbain, visibles de tous; d'autres se nichent à la périphérie, souterraines, dissimulées derrière quelque porte dérobée. Car – premier indice – il court, il court, le secret. Ses desseins, ses rouages, ses cheminements occultes s'enchevêtrent dans la constellation des relations sociales. Mais le linge sale, lui, se lave toujours en famille.

Promis, juré et si je mens...

Deuxième indice: que le secret soit de famille ou d'alcôves, bancaire, médical, professionnel ou de Polichinelle, rien ni personne n'échappe à ses arcanes. Même nous. Avec nos petits mensonges et nos vérités pas toujours bonnes à dire, nous participons à la conspiration générale au

même titre que les puissants marionnettistes de ce monde.

Troisième indice: le secret se nourrit de ses indiscretions. D'où les quelques fuites savamment éventées par nos ethnologues conpirologues pour que la machine fonctionne. C'est ainsi qu'on se retrouve dans un lieu très fréquenté – mais interdiction de dire lequel – face à des affiches qui sautent aux yeux du plus distrait des passants. Même les vandales qui ont déjà sévi ont dû être interpellés par le message sous-jacent: «Ce qui est caché tend toujours à remonter à la surface», avertit le cachottier en chef du MEN, Marc-Olivier Gonseth. Quatrième indice.

Certes, l'exigence de transparence tue le secret, mais elle en induit d'autres, plus tortueux encore. Cinquième indice et là, on brûle.



L'exposition s'est ouverte dimanche dans quinze lieux... top secret. LUCAS VUITEL

Date: 18.05.2015

LE JOURNAL

DEPUIS 1863 DU JURA

Le Journal du Jura
2501 Bienne
032/ 321 90 00
www.journaldujura.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 9'364
Parution: 6x/semaine



N° de thème: 038.017
N° d'abonnement: 38017
Page: 10
Surface: 32'384 mm²

A ta santé, Iggy Pop!

C'est ce que racontent ces affiches placardées dans un imbroglio de slogans détournés avec humour. On y voit Iggy Pop, icône de tous les excès, prôner: «L'abus de dépistage est bon pour la santé». Lanceurs d'alertes, adeptes du coming

out tous azimuts, travailleurs au noir repentis et banquiers véreux passent, en vrac, à la moulinette de la bien-pensance et de ses paradoxes.

Yann Laville, conservateur adjoint: «D'un côté, le secret n'a jamais été autant valorisé au nom de la protection de la sphère

privée; de l'autre, dans la mouvance de la théorie du complot, on cloue au pilori les «grands méchants» qui tirent les ficelles dans l'ombre».

Il y aurait donc les bons secrets (les nôtres) et les mauvais (ceux des autres). Mais ça, franchement, est-ce un secret?