



L'ART DE VIVRE



LA CHRONIQUE DE YOLAINE DE LA BIGNE

MON ÉPOQUE

Déco dynamique // « Sensationner » ou « ambiancer » // Envie de raconter son histoire // Du techno-logis à l'éco-logis.

Toujours très dynamique, le marché de la déco continue sur sa lancée et rebondit convulsivement sur **de nouvelles tendances sous l'influence de la mode, qui y joue la muse échelonnée en rôle principal.**



Particulièrement chez les jeunes (25-35 ans), on change de déco comme on change de look, coco, mais parce qu'on ne peut pas s'offrir une nouvelle table basse tous les trois mois, on réinvente son cocon grâce à des produits plus adaptables aux mouvements d'humeur.

C'est l'un des points forts de la Foire de Paris (27 avril-

8 mai, Porte de Versailles, à Paris), qui présente REDIMENSION **sur le thème des nouvelles utilisations de l'image et de la lumière pour « sensationner »** (provoquer des sensations grâce à des tapis interactifs, des miroirs techniques...), « imagifier » (réinventer son intérieur avec des papiers peints, projections sur les murs...), « reflétiser » (projeter sur tous supports sa personnalité avec des photos grand format, des stickers...) et « ambiancer » (changer l'atmosphère par des éclairages sophistiqués, des images sur écrans...).

Les portes coulissantes des placards se couvrent d'imprimés, paysages ou motifs de toutes les couleurs, les spots changent de ton ou cliquent au cours de la soirée pour transformer le salon en boîte de nuit, les canapés se parent de photographies que l'on choisit sur catalogue, des sticks autocollants et repositionnables vous pâment de grosses fleurs ou d'envols d'oiseaux, des dalles holographiques, des fumées ou des jets d'eau racontent des histoires toutes plus zénifiantes les unes que les autres... bref, la maison

devient le terrain du Je, du retour en enfance, d'expression de soi-même, du défilement de toutes les frustrations accumulées au cours de la journée bobo. Bien sûr, nos goûts en déco ont toujours révélé nos caractères, mais la liberté acquise et la variété de l'offre nous permettent aujourd'hui de découvrir l'artiste que nous avons toujours été.

Cette envie de (se) raconter son histoire se voit aussi dans la folie de l'ancien revisité, « historique hystérique », selon Vincent Grégoire, de l'agence de tendances Nelly Rodi : siège Marie-Antoinette en vinyle rose, chandelier Louis XV en Plexiglas, commode Louis-

Philippe rouge flashy, murs tapissés de toile de Jouy recolorisée... la nostalgie n'est plus ce qu'elle était. Si le style classique est à nouveau « in à donf », nous surfons sur les époques, mélangeons les sales gosses qui gribouillent sur les meubles signés du salon.

Le sociologue Gérard Mermet, auteur du fameux *Francoscopie*, explique qu'un « Martien qui ne disposerait que de quelques heures pour observer et comprendre l'état



de la société française (mais aussi l'évolution d'un Hexagone en voie de globalisation) devrait sans doute les passer à la Foire de Paris (...), un raccourci révélateur et abondamment illustré des préoccupations des Français, de leurs espoirs, de leurs craintes, de leurs goûts (...). Il serait d'abord frappé par l'attachement des Français à leur foyer. Un lieu dans lequel ils passent l'essentiel de leur temps, dix-sept heures cinquante par jour en moyenne, (...) centre de leur vie, l'objet principal de leur quant-à-soi... et de leurs dépenses. »

Et qui doit assumer trois fonctions : « techno-logis » (avec la promesse de progrès fabuleux), « éco-logis » (qui calme nos angoisses écologiques) et « ego-logis » (prenant en compte les désirs de chaque occupant). Diantre ! Mais l'utéro-logis ne serait-il pas la matrice de tous ces néo-logis ? ■

