

Dans le sens du poil (poésie et coiffure)

Camille Bloomfield

Poétique de l'enseigne

Les enseignes sont un peu comme le visage d'un commerce. Elles sont aussi, d'une certaine façon, le prénom ou nom de famille d'une boutique. S'il y a des noms de lieux dont on hérite, avec leur poids de signification déjà présent, il y a aussi ceux que l'on choisit, et on sait que ce choix est toujours fait avec soin. Nommer un commerce, le *baptiser*, c'est lui donner un sens, une direction pour la vie, tenter d'influer sur la manière dont on va le percevoir. Nommer un lieu, c'est le marquer de son imaginaire (son « imagin'hair » !).

Les enseignes m'intéressent car elles participent des écrits de la ville, ces sortes de *ready-made* littéraires que l'on ne voit comme tels que si l'on décide de leur offrir un regard poétique. Elles entrent dans ce que François Le Lionnais, le co-fondateur de l'Oulipo (Ouvroir de littérature potentielle), nommait la « littérature de 3^e secteur ». À côté de la littérature (1^{er} secteur) et de la « para-littérature » (2^e secteur), cette expression désigne tous ces écrits minimaux, qu'on ne regarde pas vraiment ou qu'on ne regarde plus parce qu'ils sont *infra-ordinaires*, mais qui sont pourtant omniprésents dans notre quotidien : tickets de caisse, faire-part de décès, graffitis, épitaphes, listes de courses, billets de banque, calendriers, tatouages, pochettes de disques, demandes d'emploi, textes ecclésiastiques, phylactères, testaments, etc¹.

Quand je marche dans la ville, j'ai le nez en l'air, et je suis aux aguets de toute enseigne intéressante, soit d'un point de vue langagier, soit d'un point de vue purement typographique – car si le nom d'un commerce est son visage, la typographie n'est autre que l'émotion qui parcourt ce visage.

Les enseignes, les salons de coiffure, et l'inventivité langagière

Les enseignes de salons de coiffure en particulier me fascinent depuis longtemps car elles sont le lieu d'une inventivité langagière très libre, souvent ludique ou humoristique – beaucoup plus que pour la plupart des autres corps de métier.

La vertigineuse base de données tif.hair recense ainsi pas moins de 148 salons actifs en France dont le nom est une variante de « Imagin'hair », 147 dont le nom varie sur le thème « Bulles d'hair » ou encore 142 dont le nom est similaire à « Diminu'tif ». La lecture des listes constituées sur cette base est proprement jubilatoire, en voici quelques exemples, juste pour le plaisir : De mèche avec vous, Je fais ce que cheveux, la Raie-Création, Facekoop Homme, Sam' La Coupe, Coupe A Cabana, Par Touta'tif, Ced A Tif, Défini'tif, Tahit'if, Faudra Tif Hair, Speed Hair Man, Planet'hair, Une nouvelle hair, Courant d'hair, L'art de pl'hair, L'hair du temps, MD'hair, Sam'hair, Ryan Hair, et le préféré des poètes : A Pauline Hair...

¹ Voir François Le Lionnais, *Le troisième secteur*, Les Lettres Nouvelles, Septembre-Octobre 1972

D'où vient cet humour ? Et surtout : qu'est-ce-qu'il créé comme effet pour le potentiel client ? Ces jeux de mots ont, pour moi, une fonction rassurante. Si le nom est drôle, quelque chose m'indique que la personne qui tient ce salon sera sympathique, qu'on passera sans doute un bon moment avec elle, et donc on se sent plus enclin-e à lui confier sa tête, son apparence physique, sa vulnérabilité.

Recueillir la parole, la traduire créativement

Ce travail est né de la résidence que j'ai effectuée au centre d'art o25rjj en avril 2025. Un salon de coiffure nommé *Christ « elle » coiff* est logé dans le même bâtiment que le centre d'art. Fascinée par cette enseigne et sa liberté typographique (les guillemets autour du « elle » font non seulement ressortir le pronom personnel féminin mais aussi, étrangement, une présence christique, et le « coiff » semble avoir été décoiffé de son « e »), je suis allée à la rencontre de la personne qui le tenait : Christelle Marchand.

Christelle m'a généreusement accordé un long entretien pour m'expliquer son métier, le jargon spécifique de celui-ci, sa manière de l'envisager. Puis je suis allée me faire couper les cheveux chez elle. Dans cet échange j'ai appris à quel point la coiffure est véritablement un métier d'art, et un métier de créativité. C'est aussi, il me semble, un métier de grande sensibilité, aux enjeux lourds : combien de personnes sont déjà sorties de chez le coiffeur en pleurs, mal à l'aise avec leur nouvelle tête ? Combien rechignent même à s'y rendre pour éviter d'avoir se confronter à son image devant une glace pendant une heure ? Et à l'inverse, combien y vont pour s'y faire consoler, dorloter, et en sortent redynamisées, fortes d'une légèreté nouvelle, d'un nouveau départ donné par la nouvelle tête ?

À chaque rupture amoureuse importante de ma vie, je suis allée me faire couper les cheveux. Je suis allée confier, en confiant ma tête, ma fragilité du moment à des mains expertes qui sauraient me redonner de la dignité – ou *a minima* une image positive de moi-même. Et bien sûr parfois, je n'ai pas fait que confier ma tête, mais j'ai aussi déposé une parole, confié l'enjeu que représentait pour moi ce passage par la coiffure, et cette nouvelle tête que je venais chercher. Ma parole a toujours été reçue avec une attention très généreuse par les coiffeuses que j'ai fréquentées.

Lors de l'entretien avec Christelle, nous avons aussi échangé sur ce qui se passait pour elle lorsqu'elle s'occupait de la tête d'un-e client-e. En recueillant les cheveux des gens, elle recueille aussi très souvent des confidences. Mais elle met son honneur à « être une tombe », comme elle le dit, et rien de ce qu'elle entend dans son salon n'est jamais répété. Ce n'est pas le lieu de propagation des ragots du village, mais un lieu de confiance stricte, fiable. Il y a une probité, une intégrité dans ce vœu de silence que je trouve extrêmement respectueuse des client-es. Mais je me demande aussi comment ça pèse chez la personne qui reçoit cette parole. A qui se confie-t-elle, elle ?

Coiffer est donc un métier d'écoute, de recueil de la parole, autant qu'un métier de traduction, puisqu'il s'agit de *traduire* en coupe de cheveux ou en couleur le désir profond de quelqu'un. C'est un métier où se développe un certain rapport au langage, à la parole, et c'est peut-être pour cette raison aussi que les coiffeurs prennent la liberté

de jouer avec les mots dans leurs enseignes. Les coiffeurs, les poètes et les traducteurs ont donc plus d'un point en commun. Nous observons, nous recueillons la parole des autres, nous traduisons les ressentis, les émotions, ce qui nous semble être au plus près de ce que nous avons observé chez autrui, puis, en y mettant un peu de nous-mêmes, par empathie ou par sympathie, nous sculptons la matière : chevelue d'une part, verbale de l'autre. Nous travaillons le volume, la texture, la forme, le mouvement...

Calembour et politique

Dans mon propre travail en poésie, j'utilise également beaucoup l'humour et les jeux de mots, et c'est pour moi un geste de survie dans un monde qui s'effondre, où toute lueur est bienvenue. Le recours à l'humour dés-intimide face à la langue, ce temple de la culture française si plein de règles, quasi impossibles à maîtriser, et qui cristallise tant de complexes : complexe de classe, d'infériorité intellectuelle, etc. Par l'humour et par le calembour, forme populaire d'inventivité poétique s'il en est, forme « sympa » bien qu'un peu lourde, « sympa » *parce qu'un peu lourde*, je crois profondément qu'on peut rendre la langue généreuse et accueillante de nouveau, qu'on peut inviter le plus de gens possibles au plaisir vif de sa manipulation, loin de toute sacralisation, de toute fixation. Jouer avec la langue, c'est en refuser la norme, la subvertir, mais avec un sourire au poil, l'*hair* de rien. C'est tenter de la rendre accessible à tous-tes, et non réservée à une élite, en rappelant à quel point elle est nôtre, ouverte, quelle que soit la maîtrise qu'on en a. C'est tenter, à ma modeste mesure, de réduire les complexes transmis par l'école ou par l'Académie française en remettant du *jeu* dans ses rouages.

Les 3 premières bâches : CYR « IL » LAV / AX « ELLE » COUP / CAM « ILLE » BROSS

Le travail présenté pour la FLAC, en 4 parties, raconte un peu tout cela : l'inventivité langagière qui nous unit, les coiffeurs et les poètes, un certain rapport au recueil de la parole de l'autre, à sa mise en mouvement, à son intimité, ainsi qu'un certain travail de la matière.

En faisant apparaître le pronom « ille » dans mon propre prénom, par une dérivation progressive de l'enseigne *Christ « elle » coiff*, pronom après pronom, action après action, je réactive un pronom personnel neutre utilisé en ancien et moyen français et plus récemment employé par la féministe Hélène Cixous dans le *Rire de la méduse* (1975), entre autres. Avant que « iel » devienne le pronom neutre le plus répandu en français ces dernières années, j'avais d'ailleurs bon espoir que « ille », dans lequel j'entends la possibilité d'une île, l'emporte. Et le fait que mon prénom, qui est déjà à la fois un prénom masculin et féminin, comporte aussi cette séquence de lettres du pronom neutre « ille », me touche profondément parce qu'il dit quelque chose d'un rapport non-binaire aux choses, à l'identité de genre, dans lequel je me reconnais beaucoup.

En reprenant les couleurs et exactement la même typographie de l'enseigne de *Christ « elle » coiff*, ainsi que cette coupe abrupte de la dernière lettre du verbe, je dresse en même temps le parallèle entre nos activités respectives de poétesse et de

coiffeuse. Et en disposant ces trois bâches au-dessus de l'enseigne véritable du salon de coiffure, je mets en évidence ce parallèle et cette prolifération des sens possibles.

La 4^e bâche :

La dernière bâche présente une image du manuel de coiffure prêté par Christelle pour ce travail : *Technologie de la coiffure* – CAP-BP. Tome 2, Permanente-coloration - Editions licet, 1993. C'est un agrandissement d'une publicité pour une incroyable machine à permanente de la marque Wella qui date du début du XX^e siècle. L'image est à double lecture possible, comme l'expérience du salon de coiffure peut être à double tranchant : positive ou négative.

Le sourire détendu de la cliente, qui est peut-être en train de penser au nom rigolo du salon de coiffure dans lequel elle se trouve, lui vient probablement aussi de ces délicieux micro-massages crâniens effectués par cette machine, qu'on imagine agrémentés d'un léger souffle de chaleur réconfortant. Mais on peut aussi y lire l'inverse : cela ressemble à une énième machine à torturer les femmes, à leur faire subir à coup d'électrodes étranges l'éternelle injonction à la beauté physique, voire l'injonction à sourire en toutes circonstances, même quand on souffre, même quand on porte cette espèce de casque absurde sur la tête. La publicité est le lieu par excellence de représentation de ces injonctions, et cela ne change pas avec les siècles qui passent.

Mettre en évidence cela, comme mettre en évidence mon refus d'être assignée uniquement au genre féminin, pour tout ce que ce genre charrie de lourd, d'injonctions à la beauté, c'est subvertir, avec le sourire, la langue et l'image, une fixation des sens, des identités de genre, des catégories de métiers.