

## TEXTURES URBAINES

« Aloe Vera à adopter ! »

Rue Saint-Rémy – 10 juin 2020



Cette affichette manuscrite collée sur un coffret électrique se distingue des messages « à donner » ordinaires. Le choix de la formule « à adopter » de préférence à celle, plus générique, de « à donner », signale la nature vivante de la forme de vie « aloé ». Le coffret électrique se voit ainsi investi d'une fonction comparable à celle des tours d'abandon ou tours d'exposition où les mères du Moyen Âge pouvaient déposer leurs nouveau-nés. Seule liberté orthographique : la majuscule à l'épithète spécifique « vera » accolée au nom générique « aloé », comme si « Aloé Vera » était un nom de baptême. Les *smileys* renforcent également cette opération de personnification.

Le choix du vert foncé (la même couleur que la plante en pot) pour les instructions (« servez-vous », « prenez-nous », « replantez-nous ») attribue/ascrie leur énonciation à la plante elle-même, là où la couleur rose indiquerait plutôt les moments où le donateur leur prête voix (« à adopter »). La prosopopée des aloés institue un contrat avec l'adoptant : « se servir » l'engage à les « replanter » et à satisfaire une demande d'amour (« aimez-nous »). Bien que l'aloé vera soit la coqueluche des pages santé de la presse magazine qui vante le retour aux cosmétiques naturels, l'affiche ne programme en aucun cas son utilisation à des fins cosmétiques (les aloés ne disent pas : « broyez notre chair pour extraire notre jus »).

La profusion des instructions ainsi que le temps de travail investi dans la production de l'affiche connotent l'attachement du donateur aux aloés. Les vœux d'avenir qu'il formule à leur endroit focalisent l'attention du piéton-interprète sur le procès projeté (« replanter », « aimer ») et la détournent du procès achevé (l'abandon dont le motif est inconnu).

Ce message s'avère très efficace : les passant.e.s ne peuvent qu'être ému.e.s par la détresse affective des aloés ; dans la journée, tous avaient été « adoptés ».