

Catherine SECQ

# Le macchabée givré, à servir bien frais



Une affaire pour  
la commissaire  
Bombardier

Catherine Secq

Le macchabée givré,  
à servir bien frais

*Une affaire pour la commissaire Bombardier*

© Catherine Secq, 2019

ISBN numérique : 979-10-262-3858-4



Courriel : [contact@librinova.com](mailto:contact@librinova.com)

Internet : [www.librinova.com](http://www.librinova.com)

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Cher lecteur,

Avant que vous ne démarriez votre lecture, je tiens à rappeler que cette histoire est entièrement fictive, même si c'est la vraie vie qui l'a inspirée. Que personne ne perde son temps en cherchant à se reconnaître parmi les acteurs de ce polar.

## Quelle belle équipe !

On ne change pas une équipe qui gagne. Aussi voudrais-je remercier, du fond du cœur :

- Sylvia, ma fille pour ses conseils si judicieux que ce soit en littérature ou en communication,

- Marc, mon mari, pour sa chasse à la coquille et à l'incohérence, une tâche ingrate qu'il assure avec dévouement,

- Zélia, ma petite-fille, pour sa bonne humeur et son humour communicatifs et inspirants,

- Matthieu, gérant de la société *Images'in et imprime*, pour ses jolies créations,

- Vous, mes amis, qui m'avez soutenue quand je doutais,

- Vous, mes « grands lecteurs », qui contrôlez les premiers rushs et m'aidez à faire mieux,

- Vous, amies lectrices et amis lecteurs, qui avez choisi ce livre parmi tant d'autres.

## Place Vendôme

— Dépêchez-vous, Joseph. Je ne veux pas voir traîner de cartons dans la bijouterie. Nous ouvrons les portes dans quinze minutes. Je veux que les sapins soient en place pour la fin de matinée. Vous mettrez les deux petits épicéas à l'extérieur, un de chaque côté de la porte d'entrée, et le plus grand au centre de la boutique. Marianne les décorera en début d'après-midi. Allez, il n'y a pas une minute à perdre.

— Bien, bien, patron, je fais le nécessaire.

Charles Philibert a du mal à cacher son impatience. Digne héritier d'une très ancienne famille de joailliers, il est désormais seul, à la tête de la bijouterie qui porte son nom. La boutique est située place Vendôme à Paris, le lieu mythique du luxe et de l'élégance, la place que le monde entier envie à la France. Quelle chance de travailler dans ce temple du raffinement !

— Si seulement papa était encore là, avec nous... pense-t-il.

L'année dernière encore, la présence paternelle avait rassuré Charles au moment d'affronter l'affluence des clients à l'approche de Noël. Même s'il ne faisait plus grand-chose, bien diminué par l'arthrose qui l'obligeait à rester assis quasiment en permanence, le père Philibert avait conservé ses yeux de lynx et sa voix de stentor. Il passait ses journées à surveiller, depuis son fauteuil, et rappeler à l'ordre les deux employés de la bijouterie : Marianne et Joseph.

— Joseph, allez ouvrir la porte à Madame Machin. Joseph, apportez un parapluie à Madame Truc. Joseph, ramassez ce papier par terre. Joseph...

Joseph obéissait sans mot dire. Encore aujourd'hui, il a conservé cette habitude. Cela fait plus de trente-cinq ans qu'il travaille dans cette boutique. Il a servi le père de Charles Philibert, Gaston de son prénom. Il a aussi connu le grand-père, Eugène, et maintenant c'est le petit-fils qui a pris les commandes. Tous, dans la même lignée ! Pas un, pour racheter l'autre ! « Les chats ne font pas des chiens », se dit-il, pour se consoler à moins que ce soit plutôt, « les chiens qui ne font pas des chats ». Joseph commence à perdre la mémoire, mais peu importe. Il sait bien ce qu'il veut dire. Joseph courbe le dos et s'exécute. Il attend la retraite avec impatience. Encore 624 jours, 7 heures et 35 minutes !

Marianne, l'autre employée, a été recrutée par Charles Philibert, parce

qu'elle sait bien parler anglais et que, compte tenu de l'évolution de la clientèle, il est devenu indispensable de maîtriser la langue de Shakespeare et de John Lennon dans une bijouterie digne de ce nom. Charles a bien fait des efforts, suivi des cours et même acheté une méthode Assimil, rien n'y fait. Il n'aime pas parler autrement qu'en français. Il s'est donc résolu à compenser son petit problème en s'entourant d'une salariée bilingue pour accueillir les riches Américains. Aujourd'hui, il n'est pas loin de penser qu'il lui faudrait aussi savoir parler japonais ou chinois. Mais là, il n'est pas prêt à franchir le cap. Charles est surtout convaincu qu'une présence féminine est nécessaire pour rassurer la clientèle. Marianne a été prévenue dès son entretien d'embauche.

— Si vous êtes recrutée, vous êtes priée d'être toujours très bien habillée, c'est-à-dire vêtue strictement et coiffée sagement, de préférence les cheveux tirés en chignon. J'aime bien les chignons. Cela confère une allure respectable.

Il lui est également interdit de se maquiller de façon excessive, de porter des bijoux ou des talons trop hauts, pour ne pas risquer de faire concurrence et porter ombrage aux clientes.

— Toutes ces femmes qui viennent chez nous, Marianne, sont en recherche d'artifices pour séduire. Il faut qu'elles repartent en étant convaincues d'être les plus séduisantes, rappelle Charles Philibert dès qu'il sent poindre une velléité de s'affranchir des consignes. Rappelez-vous que vous êtes à leur service et pour cela, vous ne devez pas les concurrencer ni les dominer en taille. Tous ces détails sont très importants.

Marianne élève seule un enfant conçu très jeune, trop jeune. Le père, un copain de classe n'a pas assumé. Elle s'est retrouvée seule à gérer ce cadeau prématuré. Heureusement, sa mère a compris et l'a toujours soutenue. Marianne a trop besoin de ce travail pour se permettre une quelconque liberté par rapport aux règles en vigueur. Mais sa beauté naturelle, parfois, la trahit bien malgré elle. Elle est craquante comme du bon pain grillé.

Aujourd'hui particulièrement, Charles Philibert est nerveux. La période des fêtes est cruciale. Elle génère un gros chiffre d'affaires et il ne faut pas rater cette occasion de renflouer la trésorerie et vider les stocks, avant l'arrivée des nouvelles collections. Depuis deux ans, la concurrence est devenue plus agressive sur la place Vendôme. Chaque joaillier a depuis

longtemps son propre site de vente en ligne. Chacun y va de son argument massue. C'est une guerre commerciale d'un nouveau genre. Tout devient virtuel et Charles a beaucoup de mal à s'habituer à ces armes d'un genre nouveau. C'est sans compter l'intérieur des boutiques dont le décor doit être renouvelé de plus en plus souvent. Un gouffre au niveau des charges ! Quant aux façades, heureusement, elles ne peuvent pas bouger, car la place est classée monument historique pour la plupart de ses bâtiments. Mais, il n'empêche, il faut programmer des ravalements réguliers qui coûtent une fortune. Charles a beau ne pas s'y résoudre ; il ne peut plus se retrancher derrière son brave père. Désormais, il est seul aux commandes et se doit de faire face, pour le nom. Parfois, cela lui donne le tournis. Dans ses nuits agitées, il rêve qu'il se tient au bord d'un gouffre, les pieds à moitié dans le vide. Jusqu'à présent, il a toujours réussi à se réveiller avant de mourir, mais qui c'est ? Un jour... Les Philibert sont joailliers depuis cinq générations et cette destinée doit perdurer, coûte que coûte. Le fils Philibert doit marquer sa différence par rapport à ses confrères. Mais il n'a pas encore trouvé ce petit plus qui le rendrait unique. Il s'en veut d'avoir manqué le virage de l'écologie. Son principal concurrent s'en est emparé. « Notre or est recyclé, notre production est respectueuse de l'environnement, nous défendons une éthique... », s'empresse-t-il d'inscrire sur tous ses prospectus.

— Tu parles ! Un joaillier écolo, on aura tout vu, ronchonne-t-il.

Mais, visiblement, les arguments portent leurs fruits. Malgré lui, il doit bien reconnaître que la clientèle semble y être sensible. Il y a deux ans, il a déjà raté le virage de la mode, se passant des services d'un designer, pour raison d'économies, mais ses modèles ont vieilli et il râle lorsqu'il trouve dans la presse féminine un article sur les créations jugées plus « tendances » de ses voisins. Ses propres communiqués de presse ne rencontrent pas beaucoup d'échos dans les médias. Quant à son ennemi juré, le joaillier Pinlan, il le fait bien rire avec son slogan « Créez vous-même votre bijou ».

— Il pense tout révolutionner avec son logiciel de customisation, n'importe quoi ! pense-t-il. On ne fait pas ce que l'on veut avec un bijou. Ce n'est pas comme avec une carrosserie de voiture. Un bijou, ça doit être raffiné et délicat. Si on laisse faire les clients à leur goût, on risque d'obtenir du grand n'importe quoi. Est-ce que je m'aventurerais à composer un bouquet de fleurs, moi ?



Jamais Charles Philibert ne pourrait supporter de créer et vendre des bijoux qui ne lui plairaient pas, ou qu'il jugerait inesthétiques.

— Il faut que je trouve une idée pour que la presse parle de nous et cette année, je sens qu'avec mon plan, c'est la bijouterie Philibert qui sera la vedette de la place Vendôme, se rassure secrètement le bijoutier.

Pauvre Charles, s'il savait à quel point l'avenir va lui donner raison !

## Drôle de sapin

— Tout à l'heure, vous remonterez les décorations de Noël que nous avons reçues la semaine dernière, Joseph. Cette année, la boutique sera tout en blanc et or. Ce sera d'une très grande classe. Je suis content des guirlandes électriques que l'électricien nous a proposées. Elles vont illuminer la boutique. On ne verra qu'elles sur la place. Mes concurrents vont être fous de jalousie ! J'en jubile d'avance. Allez, allez, on se dépêche. Joseph !

— Oui, oui, patron. Comptez sur moi. Tout sera prêt pour midi, comme vous le souhaitez.

Comme chaque année, depuis... des lustres, Charles Philibert a commandé ses sapins directement chez le producteur. Il a ses habitudes, Charles. Ça le rassure. Alors, il ne change rien. Il a ses petites manies et souhaite que ses sapins lui soient livrés dans un camion réfrigéré. Peu importe le prix. Il sait qu'il aura des arbres bien frais, coupés au dernier moment, juste avant l'expédition et qui n'auront pas traîné au soleil. Transportés au frais et à l'humidité, ses sapins sentiront bon. L'odeur est un terrible outil de vente. On appelle cela du « marketing olfactif ». C'est du moins ce qu'il a lu dans les magazines professionnels. Cela permet que les clients soient en meilleure condition pour se faire plaisir et se lâcher. Charles espère aussi que ses arbres garderont leur belle couleur verte et leurs aiguilles sans problèmes jusqu'à la fin des fêtes. Il faut penser aux retardataires et aux étourdis qui, tous les ans, se précipitent dans la boutique le 26 décembre, dès l'ouverture des portes.

Très tôt ce matin, un transporteur a donc déposé trois grandes caisses en bois devant la boutique et il revient à Joseph la charge de les ouvrir et d'installer les arbres aux endroits indiqués par son patron. Il faut travailler proprement pour ne pas gêner la circulation des clients. Il est encore tôt et c'est rare d'avoir du monde avant onze heures, mais Joseph décide, par prudence, d'installer d'abord le grand sapin qui doit décorer le centre de la boutique. Muni de quelques outils, il coupe les sangles de transport et démonte la carcasse de bois. Le sapin floqué est emmaillotté dans un linge censé maintenir une humidité suffisante pendant le temps du trajet entre la pépinière et le lieu de destination. Joseph entreprend de couper délicatement