

Maud Gobert

L'HISTOIRE DU YAOURT

QUI POUVAIT CHANGER LE MONDE



roman hilarant

Maud Gobert

L'histoire du yaourt qui pouvait changer le monde

Roman hilarant

© Maud Gobert, 2020

ISBN numérique : 979-10-262-7137-6

Librinova”

Courriel : contact@librinova.com

Internet : 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.

« Nous pourrions bien nous apercevoir
un jour que les aliments en conserve
sont des armes bien plus meurtrières
que les mitrailleuses. »
George Orwell

« C'est bien dit ça, George, très bien dit. »
Maud Gobert

Chapitre 1

On ne choisit pas toujours sa sonnerie de réveil

Vous vous réveillez, il est peut-être 7h, 8h ou 9h, on ne sait pas, mais vous vous réveillez. D'un rêve ou d'un cauchemar, qu'importe, vous vous réveillez. Vous êtes un homme, vous avez 29 ans et vous cherchez du travail. Vous avez envie d'un café, vous descendez au bistro du coin, vous en commandez un, 2 euros 10, vous tentez de faire le calcul du prix au kilo. Vous laissez tomber. Vous attrapez un journal gratuit. Vous regardez les images, les mots ne vous intéressent plus depuis longtemps. Vous refermez le journal, vous écoutez la radio diffusée dans le bistro. Pub, pub, pub, et puis une émission où les présentateurs ne se forcent même pas à être hystériques : ils le sont. Vous remontez chez vous prendre une douche. Vous n'avez plus de mousse à raser. Tant pis, vos rendez-vous pour des boulots hypothétiques se feront maintenant avec une barbe. Vous lisez comme chaque jour la notice explicative du dentifrice. Vous n'avez jamais eu un contrat de travail. Vous relativisez : je suis jeune, j'ai des études, des amis, des parents. Tout va bien se passer. Vous savez que chercher du travail est un boulot à plein-temps, beaucoup plus stressant que votre vie d'avant. Vous enchaînez les rendez-vous qui ne mènent à rien, les apéros avec vos amis qui, eux, ont trouvé un boulot, et ne veulent pas entendre l'urgence dans laquelle vous vous trouvez. Vous passez devant une école. Vous regardez les nounous et les parents. Votre regard est aiguisé, vous détectez toute de suite les gens au chômage. Vous avez dans les mains une arme invisible de destruction massive, vous ne le savez pas encore. Deux enfants vous bousculent et un tombe à vos pieds. Vous le relevez. Vous les suivez du regard : ils courent avec leur mère vers la boulangerie du coin.

Vous vous réveillez, il est peut-être 6h15, 6h25 ou 6h35, mais vous vous réveillez. D'un rêve ou d'un cauchemar, qu'importe, vous vous réveillez. Vous vous réveillez, vous êtes une femme, vous avez 35 ans et vous êtes au chômage. Vous avez envie d'un café, et il n'y a plus de capsule, vous allez commander sur internet votre dose de caféine et le prix au kilo vous saute au visage : 40 euros. La dernière fois que vous avez fait attention au prix du café, vous aviez 17, 19 ou 25 ans, on l'achetait en paquet de 250 g. Vous regardez la machine à café ultra-cher. Vous lui en voulez, vous la détestez, alors qu'elle ne vous a rien fait. Vous descendez chercher le journal dans la boîte aux lettres. Vous vous préparez un thé, vous ne comprenez rien à l'édito du jour, ni aux autres articles. Les mots coulent sur vous. Vous allumez la radio, les bla-bla-bla énergiques vous fatiguent. Vous vous rendez dans la salle de bain, vous prenez une douche. Vous lisez comme chaque jour la notice explicative de votre crème hydratante et ses bienfaits. Vous vous réveillez et vous êtes au chômage. Vous relativisez : j'ai de l'expérience, un réseau, des amis, un banquier. Tout va bien se passer. Vous découvrez que chercher du travail est un boulot à temps plein, beaucoup plus stressant que votre vie d'avant. Vous enchaînez les rendez-vous qui ne mènent à rien, les déjeuners avec les gens de votre réseau qui ne veulent pas entendre l'urgence dans laquelle vous vous trouvez. Vous allez chercher vos enfants à l'école. Vous ne rencontrez pas beaucoup de parents, mais une multitude de nounous. Votre regard n'est pas encore aiguisé, vous regardez encore comme dans la vie d'avant. Vous avez dans les mains une arme invisible de destruction massive, vous ne le savez pas encore. Vous emmenez vos enfants chercher le goûter dans la boulangerie à côté de l'école : 2 euros le petit pain au chocolat. Vous avez dormi longtemps.

Vous vous réveillez, il est comme d'habitude 6h45, 7h00 ou 7h15. D'un rêve ou d'un cauchemar, qu'importe, vous vous réveillez. Vous êtes, un homme ou une femme, vous avez 30, 40, 50 ans, un peu moins ou un peu plus et vous allez vous rendre, dans quelques heures, à votre travail, bureau, agence, usine, selon votre poste, qu'importe, vous vous réveillez. Vous vous réveillez et vous êtes, employé dans une agence de sondage, vous êtes cuisinier pour une multinationale, vous êtes peut-être patron d'une multinationale d'agroalimentaire, vous êtes concepteur-rédacteur, directeur artistique ou directrice de la stratégie dans une agence de publicité, vous êtes commercial, vous êtes avocat, vous êtes designer, standardiste, conseiller, consultant, free lance, vous êtes numéro 2, 3 ou 4 de votre boîte, vous êtes actionnaire. Vous buvez votre café ou votre thé, vous pensez déjà à la journée qui s'annonce. Salle de bains, vous lisez mécaniquement les notices. Vous déposez vos enfants à l'école si vous en avez. Vous écoutez attentivement la radio, vous lisez, très concentré votre journal dans le métro. Vous vous plaignez : vos collègues ou votre chef vous mettent des bâtons dans les roues. Vous enchaînez les rendez-vous pro et les déjeuners d'affaires ou entre collègues. Vous faites partie de la société de consommation, vous jouez bien votre rôle, rien de grave ne pourra vous arriver. Toute à l'heure, une nounou ira chercher vos enfants à l'école. Ce soir, vous serez épuisé. Vous vous endormirez devant la télé, ou vous irez chez des amis. Demain, vous vous réveillerez, il sera comme d'habitude 6h45, 7h00 ou 7h15. Vous ne vous rendrez pas compte que vous dormez, mais un jour, un homme de 29 ans et une femme de 35 viendront vous sortir du lit. C'est une image bien sûr, mais le réveil sera dur, violent ; vous direz que c'était imprévisible. Pas tant que ça pourtant.

Chapitre 2

La guerre se prépare dans des hôtels 2 étoiles.

ZI des 4 fleurs – Hôtel First Classe – Salle Océane – rez-de-chaussée, après la salle Montagne, en face de la salle Campagne. Il est 9h, nous sommes un 6 mai.

Vous êtes un homme. Vous entrez dans la salle Océane, vous regardez sans trop les voir, les autres participants. Vous vous sentez honteux de vous retrouver ici. Un pincement au cœur quand vous pensez à vos études, vos rêves, vos ambitions. Vous avez 29 ans et le monde se ferme déjà devant vos pas. Vous remarquez une femme d'âge presque mûr, souriante. Elle présente bien, ça pourrait être elle l'animatrice de cette réunion de consommateurs, mais, le talon de sa chaussure gauche est fendillé, rien de grave, juste le petit détail qui signale que cette femme est là, comme vous, parce qu'elle n'a pas vraiment le choix. Vous vous dirigez vers le chevalet posé sur la table. Sur ce dernier sont inscrits votre prénom et votre âge : Paul 29 ans.

Vous êtes une femme. Vous n'avez pas l'âme révolutionnaire. Vous avez entendu parler de certains mouvements comme les indignés, les révoltés, les altermondialistes, vous êtes attendrie par les Femen de temps en temps. Ces mouvements vous paraissent flous. Vous n'avez pas le temps de vous occuper des autres : vous avez deux enfants qu'il faut nourrir, loger, habiller, élever. Vous avez 35 ans et la lutte est dure pour retourner sur le marché du travail. Vous êtes prête à changer de vie. Vous tombez sur une annonce "Cherche testeur de produit, 50 euros l'heure". Vous répondez à l'annonce. Vous vous rendez un matin de mai dans la salle Océane. Vous souriez en posant vos affaires dans cette salle qui n'a d'océane que la reproduction médiocre d'un tableau impressionniste. Les stars se font interviewer dans des palaces, vous, vous allez vendre votre avis dans un hôtel d'une obscure zone industrielle de banlieue. Pour vous rassurer vous répétez votre présentation : — Bonjour, je

m'appelle Maud, j'ai 35 ans ... Vous n'arrivez pas à vous concentrer, vous improviserez toute à l'heure.

— Aujourd'hui nous allons vous demander votre avis sur une campagne de publicité concernant une bière sans alcool destinée aux femmes de 35 à 45 ans. La séance va durer 3 heures.

L'animatrice parle simplement, sourit un peu trop. Elle doit nous prendre pour des demeurés se lit dans l'attitude de Paul. Dans son coin, Maud fait le calcul discrètement en comptant sur ses doigts : 3 heures, 150 euros par personne, nous sommes 12 : la marque a les moyens de nous faire parler. L'animatrice distribue des tablettes tactiles. Elle en explique le fonctionnement et livre les consignes : vous avez 3 déclinaisons d'une campagne de pub à noter. Vous avez 1 minute pour visualiser chacune, après vous répondrez au questionnaire en utilisant l'espace réponse. Un jeu d'enfant.

— À l'issue du questionnaire nous ferons un brainstorming. Et si vous êtes sage, vous pourrez goûter en exclusivité la nouvelle bière.

Première campagne : une femme en tailleur-pantalon et talons hauts, dans le couloir d'une entreprise que l'on devine moderne et prospère. La femme porte un ordinateur portable ouvert, elle est en mouvement et semble se diriger vers une salle de réunion. Sur l'ordinateur nous voyons une photo de la canette de bière. Accroche : Servie dans les endroits les plus top.

Deuxième campagne : une bande de copines dans une voiture décapotable. On pense à l'affiche du film Telma et Louise. Entre les cuisses de la passagère nous voyons la cannette de bière. Accroche : Servie dans les endroits les plus cool.

Troisième campagne : gros plan dans un sac à main de femme, où traînent rouge à lèvres, téléphone, mouchoirs, vernis à ongles et une canette de bière. Accroche : Servie dans les endroits les plus hype.

Derrière la vitre sans tain, deux salariées de l'agence de test Panel City. Leur mission : repérer les personnes pertinentes. Dans leur jargon : cibler les éléments impliqués ayant un fort potentiel de prescription et un comportement assertif. Rodés à la dynamique de groupe, ils détectent tout de suite les consciencieux, les besogneux, les intellectuels, les affectifs, les leaders, les pervers, les pointilleux.

Pour l'instant, l'heure est au questionnaire. Maud, Paul et les autres répondent consciencieusement et s'expriment, comme on leur a demandé en répondant aux questions sur la typo : couleur, forme, taille. Sur le style des photos : noir et blanc ou couleur. Sur les tenues vestimentaires des femmes, sur la longueur des cheveux, sur la couleur du vernis, sur la hauteur des talons. Une bonne centaine de questions, un vrai QCM de champion d'une durée de 2 heures. Maud s'étonne du peu d'intérêt de l'exercice. Paul s'énerve : les réponses fermées – tout à fait d'accord – pas tout à fait d'accord – pas d'accord – pas du tout d'accord, ne lui conviennent pas. Mais il n'est pas là pour poser des questions, son job aujourd'hui c'est de répondre.

— Nous avons maintenant 5 minutes pour faire une petite pause, la machine à café est au fond du couloir pour ceux qui veulent, et on se retrouve ici à 11h05 pour le brainstorming.

Les participants se lèvent et s'étirent comme s'ils venaient de passer un examen universitaire. Sourire de Paul à Maud, les testeurs se dirigent vers la cafétéria. Une gorgée de café âpre-dégeulasse que les marketeurs ont étiqueté "fort et subtil", et les voilà de retour dans la salle Océane qui sent plus la tanière d'un fauve que la brise marine.

— L'objet du brainstorming est : quelle déclinaison retenir et comment l'optimiser annonce l'animatrice de la réunion.

Sans le vouloir, sans le savoir, ils abordent les thèmes forts de notre société : la place de la femme, son rôle, ses droits. Ils parlent racisme, sexisme, alcoolisme, et consumérisme. Sans utiliser ces barbarismes, ils se racontent et