

STREET MARKETING

Juliette Kerjean

raconter la vie

« Bonjour, pour la fête des mères, la Guilde des Orfèvres vous offre un bracelet en céramique pour toute participation à notre jeu concours ! »

La jeune femme saisit sans conviction le flyer que je lui tends et continue sa route d'un pas décidé, alors que j'ai à peine le temps de dire « fête des mères ». C'est bien trop long comme phrase d'accroche. Je l'ai pourtant simplifiée, normalement il aurait fallu ajouter « pour les 100 premiers participants ». Dans l'idéal, il aurait même fallu que le client s'arrête, que je puisse lui présenter la bijouterie, que je l'incite à découvrir les nouveautés, que je lui explique qu'il y a une tablette tactile à gagner, qu'il doit pour cela remplir un bulletin de participation, qu'on lui offrira un bracelet en céramique, et que s'il le souhaite, il peut récupérer le catalogue de la nouvelle collection printemps/été.

Autant dire que pendant tout ce temps le client en question aura déjà eu le temps d'atteindre l'extrémité de la rue commerçante et se payer une gaufre grasse à souhait. J'ai vite compris qu'il allait falloir réduire mes ambitions, ou plutôt celles de mon employeur, car au fond, moi, je m'en fiche un peu de l'opération marketing de la bijouterie. Je ne suis embauchée qu'à la journée.

« Bonjour, bracelet offert par la Guilde des Orfèvres. »

Cette fois, sans pour autant ralentir le pas, le passant prend au moins la peine de jeter un œil intrigué au flyer, puis relève la tête en cherchant furtivement du regard l'endroit où se trouve cette fameuse enseigne qui offre quelque chose – car au fond, il n'en a rien à faire du bracelet, c'est le mot « offert » qui a attiré son attention. Je n'ai pas le temps de lui indiquer où se trouve la bijouterie, il est déjà parti. Je me retourne, prête à saluer le prochain passant, quand la cheffe d'équipe me tombe dessus.

« Non, non, non ! Il faut vraiment que tu précises que c'est pour la fête des mères, il faut que le client comprenne que c'est une opération spéciale avec un cadeau qui a quand même de la valeur. Il faut que tu arrives à l'arrêter. Par exemple, tu commences à lui demander s'il connaît la Guilde des Orfèvres, puis tu embrayes la conversation sur l'opération spéciale, mais il faut absolument qu'il s'arrête. »

Ah bon, d'accord. C'est vrai que les gens ont vachement envie de discuter avec un panneau publicitaire ambulante. J'ai plutôt l'étrange impression que certains prennent la peine de frôler le mur adjacent pour être sûrs que je ne les aborde pas.

« Bonjour Madame, vous connaissez la Guilde des Orfèvres ? » « Oh oui, je connais bien ! » Et elle s'en va, sans demander son reste. C'est bien ce qu'il me semblait, tant qu'il n'y a pas le mot magique, cela ne fonctionne pas. Constatant que la cheffe d'équipe est trop occupée à pianoter sur son téléphone, je reprends ma tactique initiale.

2 heures et 20 clients entrés en boutique plus tard, c'est la pause déjeuner. Je ne suis pas mécontente, finalement, pour une première fois, ce n'est pas si mal. J'ai fini par chopper le truc, même si la cheffe d'équipe ne rate pas une occasion de me rappeler plus ou moins subtilement que je n'ai aucune expérience en la matière, alors qu'elle, elle a fait un Bac Pro Vente. Ouais, ouais... C'est vrai que je n'ai pas une âme de commerciale. Les vendeurs me mettent mal à l'aise, avec leur sourire aseptisé, leur regard fuyant, toujours prêts à repérer le nouveau client qui va rentrer dans la boutique. Ce serait cependant bien trop facile de rejeter la faute sur eux. Quand je rentre dans un magasin, j'ai souvent préalablement vérifié qu'il y a suffisamment de monde à l'intérieur pour occuper l'attention des vendeurs et je lance un timide « Non merci » dès que l'un d'eux me propose de l'aide.

Sacré exercice que de passer de l'autre côté de la barrière. À chaque passant qui me dit d'un air suspicieux « Mais il n'est pas terrible votre bracelet. » ou encore « Il faut combien d'achat minimum pour avoir votre cadeau ? », j'ai presque envie d'avouer que j'aurais été la première à penser la même chose.

Samedi après-midi. Le flux s'intensifie. Je suis en panne de munitions, retour à la bijouterie pour recharger les stocks. « Alors, c'est bien, me dit le bijoutier, il y a beaucoup de passage mais les gens se contentent de prendre le bracelet et s'en vont. Il faut... Comment dire... Il faut cibler un peu plus. Ne donnez qu'à ceux qui sont susceptibles d'acheter des bijoux. Classes moyennes et supérieures, pas trop jeunes et pas trop vieux. »

Ah oui. C'est vrai qu'il y avait cet aspect-là dans le brief initial. Jusque-là, j'étais tellement contente quand quelqu'un s'arrêtait pour m'écouter que je ne me souciais guère de la cible.

Je retourne au front. Je n'aime pas trop cette idée de cibler les « bonnes personnes ». Moi qui m'efforce dans la vie de tous les jours à ne pas juger

trop rapidement les gens, à ne pas les mettre trop promptement dans des cases, voilà qu'on me demande de faire exactement l'inverse.

Elle, cadre sup. Lui, classe populaire. Elle, trop marginale. Quelle horreur... Alors je m'adapte. Quand je vois une dame habillée en Louis Vuitton, aux doigts d'or et de diamant, bien sûr que je l'aborde, mais j'ai comme l'impression que mon petit bracelet en céramique lui passe bien au-dessus de la tête, et je la comprends. Alors que la grand-mère avec sa petite fille, même si elles ne rentrent pas dans la cible – elle trop vieille, l'autre trop jeune, pas assez riches de toute façon – la première est super contente de pouvoir faire un cadeau à la seconde, aussi modeste soit-il. Je ne peux pas m'en empêcher, je lui donne le flyer. Je ne suis pas une commerciale. Mon désir d'égalité est trop fort. Le profit de telle ou telle entreprise, je m'en moque éperdument. Ce n'est pas là que se trouve l'essentiel selon moi. C'est peut-être bien pour ça que j'ai choisi un Master Culture côté études, alors que mon cursus Sciences Po aurait pu m'ouvrir des portes bien plus... économiquement rentables, disons.

Perdue dans mes pensées, je tends mécaniquement mon flyer aux personnes qui passent à côté de moi. Après avoir obtenu un petit quota de personnes ciblées, je peux bien relâcher cinq minutes... Une dame s'arrête, me regarde droit dans les yeux et me dit : « Vous croyez que je n'ai pas vu clair dans votre petit jeu ? » « Pardon ? » fais-je, interloquée. « Ouais, ouais, c'est ça, faites l'innocente, j'ai bien vu ce que vous avez fait tout à l'heure ! Avec mes amies on est passées dans l'autre sens, vous nous avez regardées de haut en bas, et vous ne nous avez pas donné votre fichu flyer ! Vous voulez que je vous dise ? Vous êtes raciste Mademoiselle ! »

Effet douche froide. J'en suis tellement scotchée que je peine à répondre.

« Je... Non... Mais... Je ne vous avais pas vues... Je suis sincèrement désolée Madame... Je ne vous avais pas vues. Vous savez, il y a beaucoup de gens qui passent dans la rue... » « C'est parce qu'on est noires, c'est ça ? On est noires donc on n'a pas le bon profil pour vous ! » « Mais... Mais non ! » « Ah, vous êtes mignonne, vous jouez bien la petite vendeuse ! Vous savez quoi ? Vous êtes raciste, mais on est bien au-dessus de tout ça, nous, on s'en fout de votre papier de merde, gardez-le ! »

Tétanisée, je les regarde s'éloigner, les larmes aux yeux. Raciste... Elles

pensent que je suis raciste... Elles pensent que je suis une sale vendeuse blanche, raciste et méprisante. Je cours m'asseoir sur le rebord d'une vitrine, tentant de contenir l'émotion qui me submerge. Tristesse, incompréhension, malentendu, injustice. Pourquoi ne m'ont-elles pas cru quand j'ai dit que je ne les avais pas vues ? C'était pourtant vrai. Elles auraient pu voir ma surprise non feinte, la sincérité de mes balbutiements... Elles n'ont vu que mon étiquette de vendeuse blanche faisant la pub d'une bijouterie, donc forcément snob, raciste et dédaigneuse. Je mesure toute la violence et la cruauté des étiquettes qu'on attribue aux uns et aux autres. Elles, souffrant de leur étiquette de « noire », lassées d'être réduites à leur couleur de peau, au point de voir du racisme là où il n'y en a pas. Moi, pâtissant de cette étiquette de vendeuse blanche qu'on accuse de racisme, alors que je m'efforce quotidiennement de considérer avec respect chaque personne que je croise, qu'elle soit blanche, noire, homo, hétéro, jeune, vieille, bourgeoise ou populaire.

Ce jour-là j'ai réalisé que beaucoup de souffrances découlaient de cette manie d'enfermer les gens dans des cases. Je comprends le tourment et la colère que ressentent les individus qui subissent racisme et discriminations, mais je sais maintenant qu'être accusée injustement de racisme peut également être violent et douloureux.