

# GRANDE SURFACE

R. Caillon

**raconter la vie**

Voilà, enfin j'ai fait le tour du monstre, je n'ai pas tué la bête, je lui échappe juste. Quatre longues années plongées dans l'enfer d'un quotidien où l'homme n'est plus qu'une ombre du tréfonds de la caverne, image sombre de lui-même ou de ce qu'il reste d'humanité dans ce corps devenu outil.

Dans le langage courant, ce monstre se nomme « grande surface ». Son enseigne n'a que peu d'importance pour les fidèles qui viennent y communier au gré des promotions et autres campagnes de publicité. Le temple a ses fidèles, oui, fratricides consommateurs "consom'acteurs", investis parfois d'une mission sociale qui les poussent à acheter le produit le plus équitable qui soit, avant de passer aux caisses automatiques où l'équité se résume au temps gagné. Brève chronique d'une décadence ordinaire. Mais le Temple possède aussi ses serviteurs, ces êtres que les fidèles croisent et reconnaissent grâce à l'image de l'enseigne brodée sur leurs vêtements « made in china » 100 % acrylique fournis pour le service.

– Heu, le lait c'est par où ?

– Bonjour Madame

– Pardon... (Rire étouffé d'un gamin gâté.) Oui, bonjour

– Alors, le lait se trouve juste sur votre droite dans la prochaine allée.

– Merci

Merci qui est accessoire ici car, on s'en doute, si le bonjour n'avait pas été repris le merci n'aurait jamais existé non plus.

Les serviteurs sont investis d'une mission, formés au service du caprice de la consommation, ils doivent être irréprochables. Leur but : la satisfaction du client ! Tout pour le consommateur ! Sourire-bonjour-au revoir-merci. Ici il n'y a plus d'humanité, le capital est la clef de tout, la journée se passe, les serviteurs de base, les petits « ça » comme les nomment les managers de rayons, se traînent à quatre pattes dans les rayons, histoire de remplir au maximum brioche, café, alcool. Bref, tout pour augmenter le panier moyen, sans oublier d'accrocher la publicité « stop rayon » qui attire la vue du chaland le poussant irrémédiablement à acheter « le nouveau petit beurre », celui-là même qui est nouveau chaque année depuis de nombreuses années !

Mais là, le client fera une affaire ! 30 % lui seront remboursés sur sa carte de

fidélité, qu'il pourra venir dépenser à loisir dans son magasin pour acheter une autre ancienne nouveauté qui lui donnera de quoi acheter etc. Oui, c'est ainsi chaque jour.

Les petits « ça » ont une existence toute symbolique, ils sont la lie du système, plèbe se complaisant bien souvent dans ses vices, profitant de leur temps partiel pour toucher les différentes prestations sociales leurs permettant de loger leur famille dans les HLM, loin, très loin du centre-ville, remerciant leur Maître pour le treizième mois qu'ils ont tout juste mérité !

Les « ça » sont ces êtres ordinaires qui ne se plaignent jamais, qui se sentent coupables si le rayon est vide à 18h et qu'ils ont terminé leur journée, ce sont les gens ordinaires qui font cette chose extraordinaire qui est de rendre millionnaire le propriétaire du magasin, celui qui ne connaît pas leur nom, celui à qui ils doivent tant, celui dont dépend leur passage aux 39 heures qui leur permettra de gagner 100 € de plus, ce Héros en Porsche, cette divinité qui une fois par an offrira à la plèbe le loisir d'une « sortie entreprise » organisée par le comité d'entreprise et qui sera l'occasion pour lui de magnifier les mérites du travail collectif, de la réalisations des objectifs ; des efforts à poursuivre car « la crise affecte tout de même durement l'économie » et plein de mots abstraits que certains n'entendront même pas car demain ils le savent, tout recommencera comme hier, la Porsche toujours près de l'entrée des « Grands », loin du kiosque à vélo et du parking du personnel sans éclairage situé à trois cent mètres.

Triste tableau ? Au-delà des petits « ça », il y a les « j'existe » : petits chefs de rayons pour certains venus d'autres enseignes (ceux-là, il faut les surveiller), et d'autres ayant évolué en interne au prix de centaines d'heures supplémentaires non payées, de repos abrégés, de permanence affligeante, et d'années d'humiliation au statut de « ça ». En somme, des spécialistes du terrain qu'ils ont arpenté des années, les genoux au sol, à remplir les cases béantes, à accepter les remontrances dégradantes, à trembler en entendant un chef crier « Faut me virer ça ! » et comprendre qu'il s'agit du « ça » nouvellement embauché qui traîne à vider ses 5 palettes de marchandise. Même s'il n'a jamais fait ce boulot ; on lui a donné un cutter et un sweat neufs qu'il se doit d'honorer en remerciant l'enseigne de sa générosité. Ce travail devrait être inné pour quelqu'un de cette condition, qui habite le

quartier et qui bien évidemment n'est pas fait pour autre chose ! Il faut qu'il soit conscient de la chance qu'il a de percevoir 980 € net par mois, un atout de poids face à tant d'autres qui sont sans emploi !

Heureusement les « j'existe » veillent à ce que les « ça » ne relèvent pas la tête de la journée, les meilleurs sont bien évidemment les « j'existe » venant d'une condition « ça ». Ils savent repérer très vite les éléments perturbateurs, ceux qui arrivent avec encore un peu de joie le matin et qui pourraient, avec le temps, semer le trouble dans le rayon yaourt à cause de leur bonne humeur. Eux, il faut de suite les casser, leur coller une erreur de base, des périmés en rayon qui vont déclencher un avertissement et s'il le faut un entretien avec le chef de secteur. Un « demi dieu » en instance d'évolution dans l'ombre d'un rival ami, tout puissant sur le secteur défini, seigneur de quelques « j'existe » qui le vénèrent pour ses qualités de gestionnaire, lui qui n'a jamais eu une marge en dessous de 28,7% ! Miracle, prodige, virtuose du compte d'exploitation.

Mozart de la marge arrière, un génie qui conseille, juge de paix arbitre qui toujours prend la défense du « j'existe » à la plus forte valeur ajoutée. Un homme, un vrai, à qui on pardonne ses écarts de langages, ses expressions du fond de l'Oise, ces métaphores aux allures de scènes de chasse quand il parle d'homme, ses « Elles sont toutes pourrites en rayon, c'est dans la loi que c'est dit, que c'est interdit les pourrites en rayon », un homme de culture proche de ses équipes sauf peut-être « des bougnoules, des nègres, des plisseuses, des turcs, des roms, des communistes, des beaux, des roux, des parisiens, etc. » En somme peu de monde quand on comprend son univers.

Le « ça » qui aura la malchance de l'entretien avec ce tout puissant comprendra le dilemme auquel il doit faire face, se plier, se conformer à la norme des « ça », accepter la tâche et oublier son humanité, une fois la porte franchie (et plus avec le temps) ou rejoindre la masse de ceux qui, derrière les vitrines, attendent avec leurs cartes de fidélité que le magasin ouvre.

J'ai donc jeté ma carte de fidélité, je ne mange plus de petit beurre, je regarde les promos en me disant que derrière ces photos, les visages qui sourient sont ceux d'un artifice qu'il m'est possible de changer. Nos actions, nos mots nous engagent au-delà de nous-mêmes, l'expérience que j'ai vécue dans ce monde de la grande distribution m'a marqué, choqué par

cette violence ordinaire, par le silence qui tue, par cette abnégation de l'être, l'homme au service du capital qui retourne au capital, j'ai de mes yeux vu des rayons où deux personnes effectuaient le travail de quatre, je l'ai moi-même fait. Au fond de moi pourtant une part d'humanité n'est jamais morte, mon sourire, ma joie de vivre m'ont permis de tenir et aujourd'hui de témoigner de ces situations ordinaires qui spolient notre humanité pour servir l'argent.