



**N'EN
FAIS
PAS
UNE
AFFAIRE
PERSONNELLE**

Paula Marchioni

● Roman
EYROLLES



Reprendre au pied levé une agence de publicité spécialisée en cosmétique : voici la mission confiée à Bobette ! Elle hérite d'une équipe au bord du burn-out, malmenée par les agissements de son unique cliente, Super Power. Les créatifs sous pression s'évertuent à *cracker la coconut*. En vain. Les demandes contradictoires les submergent : une noix de coco puissante, mais pas trop, travaillée par la main de l'homme, mais pas trop, toujours plus de *plumpy glowy*... Jusqu'où ira l'inflation de l'absurde ? Bobette le découvrira à ses propres dépens.

Cette Super Power en roue libre, autorisée à exercer sans limite sa folie toxique, incarne les défaillances profondes d'un système, où la logique du profit sacrifie l'humain. *N'en fais pas une affaire personnelle* est le récit tour à tour réjouissant et sidérant d'une descente aux enfers, qui vient dire toute la violence du monde du travail aujourd'hui.

Paula Marchioni est devenue romancière après une carrière dans la communication. Ce roman s'inspire notamment de sa vie professionnelle et de son expérience des agences de publicité dans les secteurs agro-alimentaire, cosmétique, de service et humanitaire.

BEHIND
THE SCENE

www.editions-eyrolles.com
Éditions Eyrolles | Diffusion Geodif

Création Studio Eyrolles d'après © Brahim Azzoug
© Éditions Eyrolles

Code éditeur : 657325
Code ISBN : 978-2-212-57325-1

**N'en fais pas
une affaire personnelle**

Éditions Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

Collection «Behind The Scene»

Éditrice externe : Nolwenn Tréhondart

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Éditions Eyrolles, 2020
ISBN : 978-2-212-57325-1
Composé par Soft Office

PAULA MARCHIONI

**N'en fais pas
une affaire personnelle**

● Roman
EYROLLES

*Ce roman est une fiction.
Les personnages et les entreprises décrites sont des archétypes
d'un système, et toute ressemblance avec des situations réelles
et/ou des personnes existantes ou ayant existé ne serait que fortuite.*

1

L'arrivée

C'EST une agence de pub, appelons-la « la Bulle », d'une vingtaine de personnes travaillant pour un seul gros client international, la NCC, au sein d'une grande agence de communication, Chabadabada, à ramifications internationales. Je suis la « boss » de la Bulle. Avant moi, la Rousse était aux commandes.

Depuis ce matin, je contemple son fauteuil de bureau ergonomique, vide, qui se sera révélé pire qu'un fauteuil éjectable. Elle a laissé tous ses dossiers, ses affaires personnelles, ses grigris aussi sur les étagères. Je crois même qu'il y a une paire d'escarpins de rechange au fond d'un placard, qu'elle sortait pour les meetings *high level*. Je viens d'avoir la confirmation par des bruits de couloir qu'elle a fini par craquer, ses vacances se sont transformées en arrêt maladie et en départ tout court. Chabadabada, c'est fini pour elle.

Je me sens toute chose, à la fois un peu sonnée par cette triste fin, mais aussi soulagée, je l'avoue, même si, pendant ces six mois, on a toutes les deux joué le jeu. Elle a été fair-play et a essayé de m'aider, m'a briefée sur l'équipe. J'ai trouvé cela assez héroïque de sa part, assez classe. C'est sûr que l'élégance, c'était son truc... C'est sans doute pour ça que Super Power l'a tout de suite détestée : la Rousse était toujours mieux habillée qu'elle. Et elle était rousse. Une Rita Hayworth à sa manière, très stylée.

En ce qui me concerne, je ne suis pas rousse, mais brune. La Rousse et moi, c'est physiquement le jour et la nuit. Ma charpente est frêle, je suis petite, et je me bats depuis quelques années déjà contre les bourrelets et les outrages du temps. Quel boulot. Je voudrais que tout cela se fasse en douceur et j'y travaille avec acharnement.

Je ne sais pas pour la Rousse, mais j'ai toujours aimé courir partout, relever les défis, c'est mon côté « chamane et guerrière », comme dit mon ami Paul. Aussi quand le président de Chabadabada, Quentin l'Arbalète, m'a proposé de reprendre au pied levé le poste de leader de la Bulle, pour sauver une équipe au bord du *collapse*, je l'ai remercié d'avoir pensé à moi. De toute façon, à plus de 50 ans dans la pub, en tant que femme dirigeante, on a dépassé la date de péremption. Sans illusion, mais fière qu'on fasse appel à moi, j'ai accepté le défi : « *Yes! This is a mission for Super Bobette!* »

Bobette, c'est le nom que je me suis donné, étant un peu bobo sur les bords.

Je suis arrivée dans la Bulle un petit matin d'hiver, il y a six mois déjà. Je me suis présentée à l'accueil, comme la nouvelle boss de cette mini-agence dans l'agence. On m'attendait, cela ressemblait à un premier jour d'école. Je me sentais un peu émue par ce nouveau job, mais j'ai roulé ma bosse en tant que boss, alors j'arborais un grand sourire. *Keep cool, keep calm*, Bobette.

Fleur, l'assistante de Quentin l'Arbalète, le président qui m'a engagée, est venue me chercher. Dans l'ascenseur, je me regardais toujours sourire dans le miroir, un peu figée, à ses côtés. Je savais qu'ils étaient tous à m'attendre, là-haut dans l'open space, les jeunes de la Bulle. On m'avait bien briefée. J'étais espérée comme le Messie pour reprendre la direction, depuis que la Rousse s'était fait dégager par la cliente qui déteste les rousses. Cela faisait plus de deux mois qu'il n'y avait plus de pilote dans l'avion et que l'équipe faisait de son mieux, la cliente menaçant de façon récurrente de planter l'agence.

Tandis que l'ascenseur montait les étages, je priais en mon for intérieur : pourvu que je sois à la hauteur. Plus précisément, je me disais : tu seras à la hauteur, Bobette, pas le droit à l'erreur. Dans la pub, voyez-vous, il faut être un *problem solver*, ne pas rajouter des problèmes aux problèmes, mais apporter des idées, du répondant et des solutions.

La veille encore, j'étais dans une autre petite agence du groupe, que je dirigeais depuis dix ans, plutôt axée « communication humanitaire ».

Remplacer la Rousse du jour au lendemain sur un budget cosmétique international était un beau challenge que mon âme de guerrière ne pouvait refuser. En plus, j'ai encore des crédits sur le dos, des trimestres à faire, et je n'ai pas rechigné. Pour être totalement honnête, je n'avais pas le choix, les actionnaires de ma petite agence ayant décidé de la restructurer, profit oblige.

Mon tempérament de sauveuse et mon goût du challenge allaient pouvoir s'exprimer pleinement. Il me semble que j'ai été taillée par mon enfance et mes études pour ce genre de mission : me battre et sauver des gens, m'adapter aux situations complexes. Et puis j'aime « diriger » naturellement, faire avancer les choses, piloter des grands projets.

Malgré tout, je me suis toujours sentie, passez-moi l'expression, « le cul entre deux chaises », tiraillée par des modèles de « réussite » contradictoires. Après des années de psy, j'en sais quelque chose. Réussir ? Réussir sa vie ? Devenir maître du monde et *make money*, ça n'a jamais fait partie de mon disque dur, mais j'ai de tout temps aimé relever les défis. J'ai toujours visé d'être numéro 1 dans mes études, véritable modèle de sur-adaptation sociale et syndrome aigu de « première de la classe ». Est-ce parce que je suis arrivée numéro 2 à la maison, derrière Tristan, mon frère ? Et ça faisait tellement plaisir à mes parents...

Après mon bac, j'ai hésité pour devenir ingénieure comme papa. Mais, très vite, j'ai bifurqué en prépa de commerce, pour

« décrocher » Sexybiz, censé former l'élite de la nation. On était un quart de filles. Je m'y suis sentie davantage à ma place qu'en école d'ingé... Comme j'aimais les mots et les belles images, j'ai atterri dans la publicité : c'était ma petite dissidence par rapport à tous mes camarades de promo, partis dans l'audit ou la gestion.

Malgré mon beau diplôme sexy, j'ai dû me battre pour accéder à des postes de direction, et ne pas être qu'une potiche en réunion. Un de mes anciens patrons de pub avait coutume de dire « J'adore emmener les filles chez le client, ça fait joli en réunion ». Au gré des années, j'ai compris qu'il me faudrait être aidée par une *team*, des alliés qui me permettraient de survivre et de progresser dans ce monde de *fight* permanent. Soigneusement, je les ai choisis : ma coach aux petits oignons Coralie, mon super psy Psychiatre Préféré, des masseurs dont un ostéopathe baraqué, mon ami Paul coach narratif et frère d'âme, et tous ceux que vous découvrirez au fil de cette histoire.

Dans cette lutte permanente, je crois également au pouvoir des mots, des récits : mon arme secrète a toujours été l'écriture, pratiquée seule ou en atelier. C'est aussi ma thérapie. Depuis quinze ans, je retrouve un dimanche par mois mes amis d'écriture dans un atelier animé par notre bonne fée Noémie. Et, là, toutes mes facettes de Bobette peuvent s'exprimer. Car des faces cachées, j'en ai plus d'une. Nounours, mon compagnon, a été étonné au début, puis il s'est habitué... Quand je me réveille la nuit, j'écoute parfois des vidéos sur YouTube : *Champs ou chant quantique*, *le monde de l'invisible*, *Guérir avec les minéraux*, *Les anges nous parlent* : nous sommes tous issus des mêmes vieux atomes. C'est mon côté « chamane », d'après Paul. Je suis convaincue que les signes communiquent, permettent de décoder le sens que seul notre inconscient perçoit. J'aime cette idée qui nous relie tous par-delà l'espace et le temps. Les tréfonds de l'âme humaine, c'est ce qui m'intéresse le plus. J'ai toujours tout fait pour ne pas être un « petit chef », et pour

devenir un leader « en conscience », comme on dit aujourd'hui : et là, je savais que, dans la Bulle, en matière de management compliqué, j'allais être servie.

— Tu as une belle robe, m'a lancé l'assistante de Quentin, tandis que l'ascenseur arrivait au dernier étage, interrompant mes pensées.

Je pense qu'elle voulait me mettre à l'aise, c'était gentil. Et c'est vrai que j'avais fourni des efforts ce matin-là, m'étant un peu plus maquillée que d'habitude. Je m'étais même fait faire une manucure avec pose de faux ongles pour l'occasion, car sinon j'ai tendance à me les ronger et, ça, ce n'était pas possible. « Le port d'abord » a coutume de me dire un de mes amis publicitaires, toujours très élégant, qui travaille sur une marque de luxe.

Les deux portes de l'ascenseur se sont ouvertes sur le sixième étage, lumineux, sous les verrières et le ciel laiteux d'hiver. C'était agréable comme lieu de travail, j'ai senti que j'y serais bien, physiologiquement parlant, au niveau de mon quota de lumière. Sur les murs blancs, il y avait de jolies campagnes de pub affichées, avec des femmes au sourire gourmand et au regard vaporeux qui vous embarquent dans le sillage de leurs yeux et de leur parfum. Ici, apparemment, tout n'était que luxe, calme et volupté. Un étage entier dédié à la beauté des femmes. Ces multiples portraits féminins qui me regardaient, chacune avec sa typicité, son élégance, sauvage ou raffinée, donnaient à cette atmosphère d'hiver une touche de glamour qui n'était pas pour me déplaire. Ça changeait *grave* des campagnes que j'avais faites pour des ONG qui mettaient en scène la misère avec dignité. L'atterrissage était un peu violent, mais les grands écarts permanents, auxquels le métier de publicitaire oblige, m'ont toujours beaucoup plu. On s'y ennueie rarement.

Fleur m'a guidée, nous avons longé l'open space. Derrière la paroi vitrée, je voyais les visages se lever et des yeux chercher mon regard, parfois inquiets, ou juste curieux, sans doute mes futurs collaborateurs qui se demandaient quelle tête avait la

nouvelle boss. J'ai gardé mon sourire, mais sans trop le forcer, m'attachant à ne pas les regarder en particulier, à tenir ma route. Je me savais dévisagée, et je n'aime pas trop ça. Ils avaient tous l'air très jeunes. De nombreuses années-lumière me séparaient d'eux : j'ai pensé que j'aurais pu être leur mère.

— C'est là, a déclaré Fleur, en s'arrêtant devant une porte.

Celle-ci s'est ouverte sur un bureau, très blanc, design, qui prolongeait l'open space, mais en était séparé par des parois coulissantes vitrées.

Un léger parfum frais et vanillé flottait dans l'air. Des flacons de parfum décoraient les rares étagères, côtoyant quelques dossiers couleur bronze. *So chic*. Un vrai bureau de nana.

— Tu peux nous laisser, Fleur, merci.

La Rousse – enfin celle que j'identifiai immédiatement comme étant la Rousse, du fait de sa longue chevelure flamboyante et des photos que j'avais déjà vues d'elle dans la presse professionnelle – est venue à ma rencontre, souriante, et m'a dévisagée derrière une monture de grand couturier.

Nos deux bureaux se faisaient face, dans la même pièce.

À son ton, j'ai senti qu'elle avait l'habitude de donner des ordres, mais il y avait une fragilité dans sa voix. Je me suis installée là où j'ai compris qu'était mon nouveau bureau, sur un siège pivotant face à elle, tâchant d'avoir l'air aussi à l'aise que possible. De ma place, on avait une vue plongeante sur l'open space où les jeunes faisaient semblant de s'affairer sur leur ordinateur, s'interrogeant sans doute sur cette drôle de situation : l'ex et la nouvelle boss, face à face, nez à nez. Un vrai *side by side* comme on dit en pub, un comparatif. À droite, la Rousse ; à gauche, la nouvelle, la Brune. Qui lave plus blanc ?

La Rousse a essayé de me mettre à l'aise, en me proposant un café. Au bout d'à peine une minute de conversation, elle m'a prévenue en parlant de la cliente qui l'avait dégaillée :

— Tu vas voir, elle est folle et dangereuse.

Ça m'a gênée mais je n'en ai rien montré. Je ne pouvais pas m'empêcher de penser que la Rousse avait une part de

responsabilité malgré tout dans cet échec. Et si j'y parvenais moi à maîtriser l'animal? J'en avais connu des cas difficiles. Surtout que je l'avais déjà rencontrée la cliente, et l'avais trouvée charmante à mon égard. J'arriverais bien à la dompter.

Les six mois qui ont suivi, j'ai assisté à la lente agonie de la Rousse. C'était à la fois triste et perturbant, je l'avoue, cela ne me plaisait guère de la voir assister à chacun de mes *calls*. Au début, elle s'est beaucoup agitée, elle écumait son réseau pour aller chercher des clients puisqu'elle n'en avait plus. Puis, progressivement, elle a épuisé son carnet d'adresses et ses rendez-vous se sont espacés. Son travail est devenu nettement plus... contemplatif... Elle était rivée à son bureau du matin au soir, tandis qu'à ses côtés, je ne touchais plus terre et j'avais du mal à m'asseoir plus de trois minutes. Je n'osais lui témoigner de l'empathie, tant elle restait digne et dans sa posture d'autorité, continuant à faire comme si tout cela était normal. Dans cette situation sordide, on se croisait de moins en moins. Quelque part, tant mieux.

Ouf, depuis ce matin, la Rousse est partie, définitivement, et je suis seule dans le bureau des chefs, soulagée de ne plus me sentir observée. Soulagée, mais pour autant pas au bout de mes peines. Dans cet open space de *young people* avec lesquels je travaille, il y a des frictions, des tensions, des envies, des souffrances, et ça dure. Cela a démarré bien avant moi, depuis que l'agence est sous le joug de Super Power. Notre cliente.

2

Le rêve

Six mois se sont écoulés depuis que la Rousse est partie. Six mois pendant lesquels je n'ai rien écrit. C'est Noémie et les autres de l'atelier d'écriture qui m'ont convaincue de m'y remettre en me disant que cela m'aiderait à prendre du recul.

Laissez-moi tout d'abord poser le décor. Seule maîtresse à bord dans la Bulle, j'ai pris mes habitudes. Tous les matins, je commence par un café dans mon bureau, tranquille. Cela me permet d'aborder la journée au calme, de me mettre dans la meilleure énergie possible avant d'attaquer. La Bulle est un microcosme en soi, un petit monde de vingt personnes aux mécanismes de survie spécifiques. J'aime regarder l'open space en buvant mon café... et les observer, avant que la journée démarre vraiment, quand la Bulle se transforme en ruche et que tout le monde s'agite. C'est le calme avant la tempête.

PA (= Pure Assistante), devenue de fait ma « Bobette PA, personal assistante », vient pour le point agenda ; parfois, me propose un second café.

Les conditions matérielles dans la Bulle sont très agréables, thermos le matin et refuel l'après-midi. Bouteilles d'eau et boissons fraîches mises à disposition par les services généraux pour fluidifier les réunions dans l'open space. Une QVT (qualité de vie au travail) apparemment parfaite. Apparemment...

Pure Assistante a été déstabilisée par le départ de la Rousse, c'est elle qui l'avait recrutée pour son premier poste dans la pub. Pure Assistante n'a pas vraiment compris son départ. J'ai senti la jeune femme très anxieuse au début, cassée dans son ambition de grimper dans le sillon de la Rousse flamboyante. Finalement, PA et moi nous sommes habituées l'une à l'autre. Souvent, elle me sert de courroie de transmission avec l'équipe, partageant des petits secrets ou confidences nécessaires au bon déroulement du travail, comme elle fait partie de l'open space et de la génération des *young people*, et c'est plus que nécessaire vu les circonstances.

Quand j'ai pris mon poste, l'équipe était déjà épuisée, il y avait eu de nombreux arrêts maladie et plusieurs burn-out depuis que l'agence faisait face à Super Power. Alors j'ai rencontré en entretien individuel chaque *young people* de l'open space. Chacun m'a raconté son histoire, c'était très instructif et touchant. Je crois qu'ils étaient soulagés d'avoir une nouvelle boss, du sang frais, prête à les défendre et à repartir au combat avec eux (la Rousse s'étant grillée). C'est une équipe très dynamique et métissée, des *digital natives*, nés avec une souris dans la main. Mais encore peu expérimentés face à la dureté du monde de l'entreprise.

En plus de moi, il n'y a que deux «plus de 40 ans» dans la Bulle. Olivia, la directrice de création – la troisième en un an, les précédents ayant jeté leur tablier ou s'étant fait jeter – ainsi que GéGé, directrice de production. GéGé, comme Grande Gueule. Tous les autres ont entre vingt et une petite trentaine d'années. Cette dernière décennie, les agences de publicité sous la pression financière et la crise du secteur du fait de la digitalisation, ont dû réduire les structures, embauchant des jeunes toujours plus jeunes, car moins chers. Sans compter la brochette de stagiaires valeureux qui viennent grossir les rangs, et qui se battent pour faire un stage dans la pub pas forcément rémunéré. Il y en a quatre en ce moment dans la Bulle.

Depuis mon arrivée, nous avons abattu ensemble un travail colossal pour tenter de rattraper le temps perdu et réussi à enfin sortir aux forceps la campagne Plumpy Glowpy. Car, à l'époque de la Rousse, plus aucune campagne ne sortait, on était dans un état d'occlusion intestinale avancé. Les *young people* étaient déjà à bout de souffle, pourtant ils ont su se remobiliser, et assurer comme des chefs. Mais à quel prix ?

Cette nuit, j'ai rêvé d'une boule de chatons esquinés, certains aux yeux crevés. J'ai tout de suite compris que cela me parlait d'eux, ces *young people* de la Bulle, et de leur mal-être. Un chaton, c'est doux, un peu fofou, pas forcément armé pour affronter le monde. Même si, parfois, ça griffe et ça fait mal.

Le songe démarrait sur une jolie scène : une boule de chatons dans une corbeille. Quoi de plus mignon *a priori* que des chatons ? Tous différents, formant un joyeux métissage de poils et de couleurs. Je m'approchais pour mieux voir ce doux patchwork vivant, où certains s'agitaient plus que d'autres. Et, là, je découvrais avec stupeur, dans ce magma entrelacé de petits corps, des blessures et mutilations atroces, une oreille arrachée, des orbites vidées, une bouche ensanglantée. Livrés à eux-mêmes, ils se battaient, et se débattaient dans cette pelote infernale, qui grouillait comme un nid de serpents.

Horriée, je ressentais à la fois le dégoût et l'envie de fuir comme si je n'avais rien vu, mais aussi le besoin quasi maternel de les soigner et les couvrir. Puis, un cri lugubre avait soudain déchiré le silence, me faisant trembler d'effroi. Très haut dans le ciel, un oiseau planait au-dessus de la corbeille.

C'était lui, le prédateur.

Ça va, ma Bobette, remise de tes émotions ?

C'est un texto de Nounours, mon compagnon que j'ai réveillé cette nuit en faisant des bonds dans notre lit.

Ça va mieux, personne n'a les yeux crevés ☺.

Depuis des années, Nounours me soutient et m'aide aussi à relativiser.

OK, je suis rassuré. Je te laisse à ta Bulle...

C'est notre truc à nous pour tenir : nous échangeons dans la journée des textos quand l'un ou l'autre craque. Il ne travaille pas dans la publicité, mais dans une multinationale japonaise où il a lui aussi une très haute dose de stress à gérer. Comme moi, il est dans cette position de manager-tampon entre des équipes qu'il doit encourager et pousser à être toujours plus productives et une hiérarchie, dont il faut appliquer les ordres au service des actionnaires. « Faire toujours plus avec toujours moins » : c'est le challenge de sa société, Yakatou, et Nounours en fait parfois aussi des cauchemars.

Je repose mon portable et mâchonne un stylo, en voyant arriver mes chatons un par un. Chacun résiste à sa façon dans cette galère. Certes, il y en a des plus ou moins tenaces, plus ou moins dociles ou teigneux. Mais la Bulle est animée d'une envie collective de s'en sortir, une hargne de survie. Ils se tiennent chaud et font corps comme la boule de chatons dans le rêve. Et le rêve me dit aussi qu'ils souffrent plus qu'ils ne le laissent paraître, sous la menace permanente de Super Power.

Voilà Louis qui, comme à son habitude, arrive tôt. Dans la catégorie chaton fofou, c'est la coqueluche des filles, plutôt « BG », comme lui disent ses collègues féminines. Louis est l'un des jeunes chefs de publicité « historique » de la Bulle, passionné de cosmétique. Un vrai cosméto-chaton. Il est originaire de la Creuse, d'une famille d'agriculteurs – assez rare dans la pub. Faire une école de communication et rentrer chez Chabadabada a été pour lui le sésame pour Paris. Il est bosseur, drôle, a ses quarts d'heure de folie pour détendre l'open space et ne laisse jamais transparaître sa mauvaise humeur.

Installée au bureau à côté de lui, il y a Kim, qui vient d'arriver avec ses écouteurs Minnie. Kim, apparemment très cool, mais en fait très *speed*, est comme Louis, chef de pub, « commerciale », à savoir qu'elle est aussi en contact avec les clients. D'origine chinoise, aux yeux sombres étincelants en amande et au sourire de nacre éclatant, elle travaille pour la NCC depuis trois ans. Fine comme une poupée, elle a un regard déjà pointu sur les choses. Elle est venue en France pour étudier, fuir sa condition modeste dans une Chine reculée. Légitimement très ambitieuse, Kim a un esprit d'analyse laser et aussi la langue acérée, moqueuse. Je ne sais pas combien de temps elle va encore tenir dans la Bulle.

Princesse DA vient lui rendre visite et lui souffle quelque chose à l'oreille. Elles s'entendent bien ces deux-là pour balancer. Princesse DA est une créative. Dans une agence de publicité, les créatifs travaillent à la conception et à la réalisation des campagnes, « vendues » par les commerciaux, en contact avec le client et véritables chefs de projets. Parmi les créatifs, on distingue les directeurs artistiques attachés à la partie visuelle et à la mise en forme des campagnes, et les concepteurs rédacteurs, avec qui ils travaillent souvent en binôme, et qui sont responsables de la conception des idées et de la mise en mots.

Princesse DA est une directrice artistique douée et pointilleuse. À 30 ans, c'est la Parisienne branchée par excellence, une *fashion victim* qui m'épate par son œil aiguisé, son mauvais caractère, et ses coiffures alambiquées, comme ses chignons à tresse. Princesse DA a l'habitude de ne rien laisser passer, débusquant le détail qui tue. Elle s'offusque régulièrement de la façon inacceptable dont « On accepte tout et surtout n'importe quoi » de la part de notre client. Elle n'a pas tort, cela dit. Mais, *in fine*, après avoir bien râlé, elle se met toujours au boulot et fait souvent des étincelles.

Dans le prolongement, j'aperçois Mathilde et Aurore, concentrées derrière leur écran et côte à côte, deux jeunes

créatives très amies. C'est le duo des ultras sensibles. Mathilde est aussi directrice artistique mais, contrairement à Princesse DA, paraît peu sûre d'elle. Son visage trahit instantanément ses émotions. Appliquée, à force de travail et de talent, elle finit par surmonter les épreuves. À plusieurs reprises, elle m'a avoué sa lassitude face aux requêtes incessantes de Super Power qui la forcent à refaire à l'infini. Je la sens à bout. Au bord du burn-out. Il y en a déjà eu quelques-uns dans la Bulle.

Aurore, elle, est rédactrice, spécialisée dans les mots, la recherche des *taglines* et la rédaction des *body copies* (les textes des annonces) et des voix off. (En pub, on a très souvent recours à l'anglais. Stylé et, surtout, plus international. On utilise peu le mot «slogan», trop ringard : on parle plutôt de *tagline*, *base line*, signature...) Aurore est une écorchée, et n'est pas sûre d'avoir encore trouvé sa place dans la Bulle ni sa voie professionnelle. Dès notre première rencontre, elle m'a fait part de ses frustrations, ses grands yeux noirs brillant sous sa frange dorée. Sa prose étant constamment censurée par les clients, elle n'est pas loin non plus de craquer.

Derrière elles, encore plus discret, cohabite Romain, un autre jeune créatif, génie des montages et des effets spéciaux. C'est un peu notre chaton-geek capable de résoudre des tas de problèmes digitaux. Il ne se plaint quasiment jamais, se contentant de tortiller son catogan avec ses doigts, quand il est contrarié.

Enfin, dans le coin des commerciaux, face à Kim et Louis qu'elle manage, Aga, jeune directrice de clientèle (c.-à-d. supérieure hiérarchique de chefs de publicité ou de projet) tape à la vitesse de l'éclair sur son Mac. C'est la seule que j'ai recrutée moi-même, tous les autres ayant été choisis par la Rousse. Dans l'organisation, elle est mon «bras droit». Aga a démarré un parcours sans faute et express dans la publicité, devenue manager très jeune après une bonne formation en école de commerce. *Unstoppable!* Pour moi, Aga, c'est le «chaton qui ne tient pas

en place », sur un maximum de dossiers à la fois, championne du *multitasking*, ne se sentant bien que « sous l'eau ». Elle essaie toujours de s'en sortir seule. Je sais qu'elle en bave pour tenir ce rang de second et ne veut pas me décevoir.

Tous ne sont pas encore arrivés. Dans une heure, l'open space sera plein, une nouvelle journée au service de la NCC débutera, avec son lot d'émotions, de sueurs, d'allers-retours et d'aberrations. Je m'oblige encore pendant quelques minutes à prolonger cet instant, à ne pas regarder mes mails et mon portable, afin de tenir à distance les mauvaises ondes. Peine perdue. Une rafale de textos déferle sur mon écran :

On voit quand les nouvelles propositions ?

ALORS ?!

Ça va pas assez vite !

Super Power, évidemment. Qui d'autre ? Éternelle agitée qui nous abreuve de mails et textos à longueur de journée, comme autant de décharges électriques.

Bon, il est probablement temps que je vous en dise plus à son sujet et celui de la NCC pour laquelle je travaille depuis que je suis arrivée dans la Bulle.

3

La NCC

PARLONS donc un peu de la NCC. Un très très gros client pour l'agence Chabadabada. La Natural Cosmetic Company = gros business = aussi gros soucis.

D'un certain côté, la NCC est une compagnie fascinante par son ultra compétitivité interne et sa quête obsessionnelle de perfection. Comme multinationale, elle tient le haut du pavé du monde de la beauté depuis plusieurs décennies à coups de milliards de dollars d'investissements sans relâche dans toutes les molécules et galéniques possibles. Et elle excelle dans de nombreux domaines – marketing, communication, innovation –, y compris en optimisation fiscale puisque son siège social est en Irlande.

L'autre facette de la NCC est son côté machine de guerre, son organisation très hiérarchique, et on ne rigole pas avec ça. Malgré la campagne des «co» qu'elle affiche en salles de réunion – co-llaboration, co-crédation, co-mmunication –, le système reste très pyramidal et autoritaire. La parole du *top management* vaut parole d'évangile et fait trembler les rangs. La prise de décision est quasi militaire, et on peut, juste avant l'arrivée au sommet, alors qu'un projet a été validé à toutes les étapes intermédiaires, être renvoyé en bas, si ça ne plaît pas au chef.

À la tête de la pyramide, grand maître du royaume Beautiful, il y a 5B : le Redoutable 5B pour Big Big Big Big Boss. Les

réunions avec lui sont très rares, il donne les orientations stratégiques et les grosses avoînées quand les chiffres ne sont pas au rendez-vous. Les fournisseurs redoutent ses colères légendaires, mais il a réussi à faire grimper le profit de la NCC à des niveaux astronomiques, et est donc redoutablement puissant et respecté.

Le numéro 2 – 4B (Big Big Big Boss) – est à la NCC depuis plus de vingt ans, en charge de toute la cosmétique et des parfums. Dans le cadre de ma mission, je n’ai pas encore réussi à le rencontrer malgré mes multiples relances. Il est selon son assistante toujours en déplacement en Chine, en Inde ou ailleurs. Un véritable «intouchable» pour nous, les fournisseurs.

Toujours dans les hauteurs, mais en descendant un peu dans la hiérarchie, on trouve 3B (Big Big Boss). C’est la boss directe de Super Power, une des rares femmes du groupe à occuper un poste si haut placé dans la hiérarchie et à faire partie du saint des saints, le «Comex» (Comité exécutif). Elle incarne la carte «intuition féminine» de la NCC. En tout cas, c’est ainsi qu’on la présente dans les communiqués de presse. Moi, Bobette, je trouve ça assez macho.

Enfin, Super Power est notre interlocutrice principale, qui dirige pour le monde entier la marque cosmétique «Mere Cosmos», une *megabrand* qui pèse plusieurs milliards de dollars. Énorme responsabilité, car Mere Cosmos, marque historiquement profitable et vache à lait du groupe, perd des parts de marché depuis plusieurs années, et ne donne plus aux actionnaires son content de profit. Impensable du point de vue de la NCC qui ne veut avoir que des *number 1*. Mere Cosmos abrite sous son ombrelle une galaxie de produits dans de multiples gammes – hydratation, anti-âge, solaire, corps... –, aptes à traiter la peau sous toutes les coutures, du matin au soir et même la nuit, jusqu’au moindre petit pore, pour toutes les cibles par-delà la planète. Pour y parvenir, Super Power règne sur une armada de collaborateurs, dont beaucoup de marketeurs (directeurs, chefs de groupe, chefs de produit), soit une soixantaine de personnes, qui s’agitent frénétiquement pour remettre

Mere Cosmos sur les rails, en lançant de nouveaux concepts et produits toujours plus « innovants ».

Et notre rôle à nous, la Bulle, dans tout ça ? Nous œuvrons, sans relâche, avec passion, rage et parfois désespoir, dans le stress et la tension pour accomplir le come-back de la marque et sa kyrielle de produits. On rame, au propre et au figuré. On exécute, pour ne pas être exécuté. On crache de la maquette. La NCC est réputée traiter ses agences et fournisseurs comme des esclaves – de luxe – qui font tourner le système, tout en s’abritant derrière des chartes éthiques affichées en salles de réunion. Réussir le lifting de Mere Cosmos est une pression permanente, car répandre la beauté comme la bonne parole sur tous les continents, c’est la mission globale que la NCC s’est assignée sur terre. Malgré mes années d’expérience dans le monde intransigeant de la publicité, je n’imaginais pas que l’on pouvait aller aussi loin, dans le soin du micro-détail, l’image plus que parfaite, la retouche subliminale. D’ailleurs, l’open space de la Bulle a été conçu pour cela : une vraie cellule dédiée à la beauté où tout, le matériel, la déco, les compétences, doit être au diapason de la NCC. Avec des meubles en bois exotique faits sur mesure, des lampes design qui éclairent d’une lumière tamisée nos bureaux pendant les longues soirées d’hiver, quand il faut se pencher à l’infini sur les maquettes, guetter le détail qui tue, refaire une ultime retouche sur une peau un peu brillante, un pore trop béant et disgracieux. Les Macs dernier cri sont nos plus fidèles compagnons, avec des écrans géants anti-reflet pour traquer la ridicule. L’œil peu à peu s’aiguise, voit des choses imperceptibles pour le commun des mortels qui ne travaille pas dans l’industrie cosmétique. Plus que de simples maquettes, il s’agit d’orfèvrerie. Ou plutôt d’une véritable quête du Graal. Plus beau. Toujours plus beau. Selon les critères de la NCC.

« Nous, à la NCC, on a le goût du beau. »

C’est ce que nous répète Super Power quand elle est à court d’arguments pour nous jeter notre travail à la figure. Souvent, elle ajoute le regard mauvais : « C’est moche. » J’ai envie de lui

répondre : « C'est sûr : chez nous, on a le goût du moche », mais, bon, c'est grâce à eux que je paie mes factures et je sais que ce n'est pas bon d'avoir le dernier mot en tant que fournisseur. Alors elle assène le coup de grâce :

— Vous n'êtes pas une agence cosmétique.

Super Power

LA première fois que j'ai rencontré Super Power, elle m'a fait son numéro de charme. C'était un matin, à la fraîche, quelques mois avant de prendre officiellement le job. Quentin l'Arbalète voulait qu'elle me « valide » comme patronne de son budget de pub, en remplacement de la Rousse, et vérifier l'alchimie entre nous. Il n'allait pas pouvoir virer deux personnes du compte, coup sur coup. C'était comme un entretien de recrutement, il fallait que je lui plaise, sachant que j'étais alors la seule candidate, un genre de bouée de secours, compte tenu de mon profil : très senior, experte en marques internationales et en gestion de clients difficiles, avec une bonne expérience cosmétique par le passé sur un gros concurrent de la NCC. Quentin m'avait prévenue du caractère particulier et de l'énergie débordante, voire ingérable, de Super Power.

— En fait, elle est totalement paumée, elle ne sait pas où elle veut aller et, en même temps, elle a en tête des détails très précis qu'elle nous impose. Je pense qu'elle n'a pas la carrure, elle est encore jeune pour le poste, mais elle a une vraie niaque. Elle a besoin d'être formée à la communication.

Quand je suis arrivée dans son bureau, elle m'a tout de suite mise à l'aise. On aurait dit qu'elle était heureuse de voir une nouvelle tête de Chabadabada et s'est très vite confiée à moi sur

les difficultés qu'elle avait eues avec l'agence et notamment avec la Rousse « qui ne comprenait rien à l'essence de la marque ». Il y avait un énorme bazar dans son bureau, c'était étonnant, mais plutôt sympathique. Des magazines féminins jonchaient le sol, et un vieux présentoir de produits, un peu dégingué, faisait face à son bureau, avec des tas de maquettes de packagings et autres essais de logos qui tapissaient les murs. Y était disposée toute la gamme de crèmes hydratantes, solaires ou anti-âge, au moins une centaine de pots et tubes en vrac. Oulala, ça ne doit pas être très clair dans sa tête, j'ai pensé.

Tout de suite, elle m'a prise à partie, en me tutoyant :

— Tu trouves pas que c'est moche, ça fait *cheapouille*, non ? en me montrant un essai de PLV en volume où le logo de la marque Mere Cosmos était écrit en relief en lettres argentées. (PLV signifie Publicité sur le Lieu de Vente.)

Je me suis bien gardée de donner un avis trop tranché dès ces cinq premières minutes d'entretien. Bien m'en a pris, car, très vite, elle a enchaîné :

— Tu vois : c'est encore une proposition de Chabadabada, ils ne comprennent rien à la beauté.

Je me suis risquée :

— Ça pourrait être optimisé en diminuant la graisse des lettres, mais l'esprit est sympa.

— T'as tout compris ! C'est ce que je me tue à leur dire ! C'est mastoc, masculin, là où je veux de la légèreté.

On a échangé spontanément quelques instants sur les grands équilibres que contenait sa marque : *Mere* comme simplicité (ça veut dire pureté en anglais), mais aussi principe féminin fondamental : la terre mère, associée à « Cosmos », comme cosmétique, mais aussi principe masculin du Dieu de l'univers.

J'ai senti que de joyeuses prises de tête sémantiques m'attendaient, ce qui n'est pas pour déplaire à mon côté intello, ethnologue des marques. J'ai toujours adoré travailler sur les marques, comme si elles étaient des personnes, pour les rendre

plus belles, plus fortes, plus lumineuses, leur donner une raison d'être.

Elle a bondi de son siège et j'ai senti qu'elle m'avait adoptée. Puis, sautant du coq à l'âne – j'allais découvrir qu'elle était coutumière du fait –, elle a poursuivi :

— Raconte-moi un peu. T'es qui, toi ?

Je crois que je lui ai fait ma vie mon œuvre en accéléré, genre une minute trente, mentionnant au passage que j'avais dû me battre dans un monde d'hommes à plusieurs reprises pour accéder à un poste de dirigeante.

J'ai perçu intuitivement que j'avais touché un point sensible.

— Moi aussi, je me suis toujours battue pour les femmes, et en tant que femme.

J'avais visé juste, Super Power avait dû en baver pour arriver là où elle était... dans un groupe dominé par les hommes. J'ai renchéri :

— Tu sais, dans la pub, c'est pareil, il y a plus de 60 % de femmes, c'est soi-disant un métier féminisé mais au niveau du *top management* c'est *peanuts*, genre 5 %.

On se rejoignait sur ce terrain de combat, et je crois que cela a permis de sceller notre alliance.

Quand je suis sortie de l'entretien, j'étais regonflée à bloc, motivée par le défi, avec l'envie d'aider Super Power. Celle-ci m'avait paru tout à fait charmante, quoique désordonnée. Elle m'avait offert sa face pile «lovinesque», «un amour de Super Power». J'ai vite déchanté.

Tout en elle est changeant et perturbant. D'abord, physiquement. On pourrait l'imaginer toujours très sexy tant elle a besoin d'attirer le regard. Ou tout de griffes vêtue, ce qui n'est pas le cas non plus. En fait, c'est un caméléon. Certains jours, la plupart même, elle arrive précisément à ne ressembler à rien. Difficile à qualifier autrement. En combinaison plutôt large, aux contours flous, aux couleurs unies et non caractéristiques, coupe «sac à patates» et ceinturée, pour mieux faire

ressortir sa taille fine, ce qu'elle a de plus élégant. Elle a des seins toniques, hauts placés, des épaules larges et des attaches solides, avec quelque chose de masculin dans sa dégaine, surtout quand elle fume avec avidité des cigarillos sur le parking entre deux réunions. Grande fille, aux cheveux châtain clair bouclés mi-longs, qu'elle ordonne parfois avec de petites barrettes, elle peut ressembler à un pâtre grec ou à une furie un peu sorcière, selon sa fatigue, son humeur et l'état de son maquillage. Elle a pourtant un joli visage, des traits réguliers, et des moments de grâce. Toutefois, son regard vert peut devenir noir, et prédateur, quand elle s'apprête à nous lancer une vacherie. Ce mélange bouillonnant masculin, féminin, doux, violent, élégant, rustre est déstabilisant. Mais son potentiel énergétique est dingue.

À chaque réunion, lorsqu'elle pénètre dans la salle, en fonction du masque qu'elle revêt, on sait dès la première seconde comment cela va se passer. Enfin, notre cerveau reptilien sait. Un frisson nous parcourt l'échine. Ça ne rate jamais. La dernière fois, alors que nous avons passé le week-end entier à refaire des maquettes, elle nous a lancé, l'air dédaigneux, tandis que nous lui présentions notre travail :

— J'attends la fin ou je vomis tout de suite ?

La réunion suivante, elle a été tout miel, en regardant Louis d'un air langoureux :

— Tu sais que tu es le plus beau chef de pub que je connaisse ?

Elle est aussi très attentive au physique des autres femmes, jusque dans les moindres détails. Lors d'une réunion, elle peut interrompre une présentation hautement stratégique au milieu d'une phrase en lançant : « Kim, il est canon ton rouge à lèvres, tu me donneras les références, ça donne envie de rouler des pelles. » Et elle éclate de rire. Ou alors elle déclare : « Si j'étais un mec, j'aurais envie d'elle. » Son équipe dans ces cas-là arbore un sourire gêné.

Le lendemain d'une réunion, alors qu'avec ses équipes elle a validé une création, elle est capable de tout remettre en question,