



SAVOIR-VIVRE

Edwige Martin

LUXOMANIA

traducere din limba franceză
ION DORU BRANA



J'AI VU VIVRE

Colecție coordonată de Dana MOROIU

Edwige Martin, LUXOMANIA

© Plon, 2012

© Baroque Books & Arts, 2012

Coperta © Baroque Books & Arts

Imaginea copertei: Ana WAGNER

Concepție grafică: Dana MOROIU, Corneliu ALEXANDRESCU

Redactor: Irina POPESCU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

MARTIN, EDWIGE

Luxomania / Edwige Martin;

trad.: Ion Doru Brana. – București: Baroque Books & Arts, 2012

ISBN 978-606-93227-0-3

I. Brana, Ion Doru (trad.)

821.133.1-31=135.1

177.4

Niciun fragment din această lucrare și nicio componentă grafică nu pot fi reproduse fără acordul scris al deținătorului de copyright, conform Legii Dreptului de Autor.

Tiparul executat de Monitorul Oficial R.A.

„Astăzi, *shopping*-ul și moda
sunt activități culturale.“

KARL LAGERFELD

IANUARIE

– Bună ziua. Aveți vreo experiență în vânzări? sunt întrebată la agenția de plasare a forței de muncă.

– Da, am lucrat câțva timp la un tânăr designer de modă, pe rue de Grenelle din Paris.

– În domeniul luxului?

– Nu, nu chiar.

– Profilul dumneavoastră este interesant, dar din nefericire nu vă putem propune nimic pentru moment... Stați puțin... Poate că ar fi un loc la Galeriele Lafayette, dar trebuie să vedem... Vă place lumea parfumurilor?

– Da... Mult!

– Se lansează noul Dior săptămâna viitoare, în prezența lui John Galliano. E un eveniment prestigios și căutăm pe cineva pentru inaugurare.

Nici nu îndrăznisem să sper la așa ceva, era exact ceea ce îmi doream. Simțeam că explodez de bucurie.

– Oh, ar fi perfect! accept eu, cu un zâmbet larg.

– Ne-ar trebui o persoană care să poată parfuma clienții toată seara, instalată în centru, sub o cupolă, ca un pulverizator viu.

– ...

– Vă interesează?

– ...

– Vă interesează?

După o concediere din motive economice, după doi ani de șomaj și de colaborări ocazionale, am pornit, în cele din urmă, de nevoie, să bat la ușile agențiilor pentru plasarea forței de muncă. Facturile nu încetau să se adune și nu mai aveam de ales. Și când, după două zile, am primit un telefon pentru un post de vânzătoare pe rue du Faubourg Saint-Honoré, am întrevăzut o luminiță la capătul tunelului. În definitiv, o slujbă de vânzătoare în domeniul luxului... Există și lucruri mai rele, nu?

În dimineața asta, în timp ce temperatura se apropie de zero grade, mă îndrept cu pași repezi spre rue du Faubourg-Saint-Honoré. Rivalizând cu avenue Montaigne, toată strada amintește de un decor de cinema, cu trotuarele ei imaculate și buticurile de lux care se înșiră la nesfârșit. Un mit. Ies din metrou în place de la Madeleine și mă îndrept spre magazin, cu un vag sentiment de teamă. Inima îmi bate ca pentru un interviu de angajare. Înfofolită în paltonul meu lung și negru, mă îndrept, cu umerii ștepeni, către adresa indicată. E încă devreme și Parisul abia începe să se trezească. În depărtare, place de

la Concorde e pustie. Mă simt ca într-o machetă în mărime naturală sau într-o frumoasă ilustrată, în care timpul s-a oprit. Arunc o privire rapidă vitrinelor de pe Faubourg înainte de-a înălța capul spre cele opt litere aurii: MONTEZZO. O firmă cu nume magic, la care freamătă milioane de adepți. Înțepenită de frig și cu degetele de la picioare înghețate în pantofii ușori, pășesc în panteonul luxului în stil italian.

Holul magazinului, imens și cu tavanul înalt, e complet gol. Am impresia că mă aflu într-un mare hotel, că am fost parașutată într-un loc excepțional, rezervat câtorva privilegiați. Totul este supradimensionat, spațiul, scările, vasele și uriașele lor buchete de hortensii. Doar femeile de serviciu, cărora abia li se-aude murmurul, forfotesc. Îmbrăcate în halate albastre, se deplasează pe mocheta groasă de culoare gri-închis, ca niște furnicuțe lustruind grijulii mobilierul cu cârpele lor albe. Liniște. Fiecare raft e în ordine, fiecare stativ își etalează șirul de haine dispuse la distanță egală. E un univers intimidant și rece, ritmat de oglinzi mari, vitrine de sticlă, teșele din lemn cu margini cromate și imense covoare imprimate cu inițialele casei: faimoasa monogramă MM. În magazin domnește o tihnă monahală. Totul e la locul său și de o curățenie desăvârșită. Templul își va deschide curând porțile ca să-i primească pe credincioși. Ceremonia va începe. Pentru mine e o premieră și am trac.

O doamnă în vârstă vine să mă caute ca să mă conducă la vestiare, în subsolul magazinului. Gârbovită, cu

o pereche de ochelari pe vârful nasului și o bonetă ca o bezea pe cap, mormăie în timp ce coboară treptele. E Carmen, cerbera uniformelor la Montezzo. Mai mârâie câteva vorbe, apoi îmi cere să-mi leg părul și să îmbrac o ținută în culorile firmei: un taior-pantaloni de nuanță castaneie glasate, o pereche de escarpeni, o cămașă și o eșarfă de mătase cu sigla MM. Nu-mi mai lipsesc decât mânușile ca să arăt ca o servitoare-model, gata să întrebe: *Coffee or tea?*¹

– Dumneavoastră, cea nouă?

– Da.

– Ce măsura la pantof?

– 39.

– Pofțiți, încercați un 41, nu mai e decît asta.

– Dar o să înot în ei...

– Eh, o se puneți branțuri!

Îmi înmânează apoi restul uniformei: un tricou care a mai fost folosit și miroase a transpirație și o încă o cămașă, ce pare să fi intrat la apă după mai multe spălări. În sfârșit pregătită, cu părul periat și machiată, încep prima mea zi, cu povăța binevoitoare a lui Carmen:

– Mai ales se aveți grija se va puneți esarfa în fiecare zi, ca de nu pe mine or se sare cu gura!

Urcând scara principală, trec pe lângă ceilalți angajați, cu toții îmbrăcați ca mine. Clone. Nu mai pot da înapoi. Am absolută nevoie de slujba asta. Ajutorul de șomaj ar fi cealaltă variantă.

¹ „Ceai sau cafea?” (n.a.).

Montezzo: marcă fondată la Milano în 1910, ce poartă numele fondatorului său, Paolo Montezzo. Simbol al luxului și al eleganței. Renumă internațional. Aură și farmec excepțional. Un secol de succes.

Domenii de activitate

Marochinărie, încălțăminte, confecții, mătase, bijuterii, accesorii pentru animale de companie, cosmetice. Unul dintre liderii mondiali la nivelul său. Aparține grupului WLG, Worldwide Luxury Goods.

Cifre

6 000 de colaboratori.

220 de magazine în întreaga lume.

2 miliarde de euro cifră de afaceri.

Filosofie

Vehiculăm visuri prin intermediul unor produse de excepție. Oferim clienței un moment unic și de neuitat. Și un serviciu de calitate excepțională. Exclusivitatea și iscusința italiană sunt cuvintele-cheie ale acestei mărci fără egal.

Am lucrat în publicitate mai bine de zece ani și am fost extrem de decepționată. M-am săturat până peste cap de ședințele cu clienții, unde toată lumea se ascultă vorbind, de căutarea neconținută a unor idei noi, de a face, a reface și apoi a desface machete nopți la rând, exasperată de directorul de creație care, îmbrăcat în Dolce & Gabbana din cap până-n picioare și prăjit la ultraviolete, repeta neîntrerupt cât era ziua de lungă: *Do you know what I mean?*¹ O lume care îmi repugnă, și tot ce-i legat de ea îmi repugnă. Am trudit la campanii publicitare pentru tot soiul de parfumuri, pentru creme antirid miraculoase, pentru rujuri sclipitoare sau șampoane energizante. Am trecut în revistă toată enciclopedia cosmeticii.

Directorul de creație, care locuia la New York, călătorea numai cu Concorde, iar personalul de la Air France îi sărbătorea întotdeauna ziua de naștere în avion. Devenise reședința lui secundară. La Paris, descindea la hotelul Costes. Deseori am participat la consfătuiri de lucru în apartamentul lui, profitând de *room service* sau de piscină când ieșea de la o ședință de masaj, înfodolit în halat, cu unghiile de la picioare lăcuite în bleu-metalizat. Bani au curs în valuri și agenția i-a cheltuit fără să-i numere. Dar a venit criza și clienții au început să se rărească. Deplasările în Concorde au fost repede înlocuite cu zborurile de cursă lungă. Gata cu Festivalul de Publicitate de la Cannes, gata cu interminabilele

¹ „Înțelegi ce vreau să spun?” (n.a.).

deconturi, cu primele și bonusurile... Gata cu *room service*-ul, gata cu tot. Taraba s-a închis.

Ora zece. Melany, responsabilă diviziei *prêt-à-porter femme*, mă întâmpină de la înălțimea ei de un metru optzeci. Are exact treizeci de ani, dar pare de patruzeci. Folosește fond de ten și creme anticearcăn ca un războinic pregătit de luptă. Înaltă, subțire, brunetă cu ochi căprui, își poartă cu mândrie uniforma de șef de divizie. Charisma și carura îi dau aerul unui ofițer – nu-i lipsesc decât decorațiile. A sosit nu de mult de la Londra, de unde-i originară. Având studii superioare, a obținut un masterat de franceză, apoi a lucrat la Selfridges¹ unde a fost rapid avansată *manager*. Vorbește perfect limba franceză, cu o fărâmă de accent englezesc. Mă prezintă echipei succint, după ce a avut grijă să îmi atragă atenția, cu un umor îndoielnic:

– Aici gânditul înseamnă insubordonare! Nu ne punem întrebări, executăm.

După ce a dat tonul, s-a retras să bea o cafea. Abandonată printre ceilalți vânzători, fac cunoștință cu Florent, un tânăr gras ca o omidă, al cărui singur accesoriu – un *piercing* pe limbă – contravine ideii pe care ți-ai face-o despre un vânzător de lux, cu Suzanne, decana de vârstă a magazinului, care va împlini cincizeci și opt de ani, și cu Tatiana, o rusoaică tânără venită de la Moscova. Suzanne îmi explică primii pași și îmi indică drumul către depozit.

¹ Lanț de mari magazine din Marea Britanie (n. tr.).

– O să vezi, e ușor. Îți place vânătoarea de comori?

Apoi îmi întinde un card magnetic și codul de acces. Cu care trebuie să mă descurc singură.

Depozitul se află cu două etaje mai sus și, ca să intri, trebuie să parcurgi mai multe etape. E ca un seif plasat sub strictă supraveghere. Mai întâi trebuie să urci o primă scară, apoi mergi până la capătul unui culoar și activezi un cod care deschide o ușă spre un palier. Pe urmă urci o a doua scară, care te duce la etajul superior, unde deschizi din nou o ușă, cu cardul. În spatele ei se află iar un culoar care străbate atelierul de retușuri. La capăt, trebuie să folosești pentru a doua oară cardul, care îți deschide depozitul. După vreo treizeci de trepte și ușor dezorientată, ajung în sfârșit în pragul peșterii lui Ali Baba. „Sesam, deschide-te!“

Depozitul e plin de stative pentru îmbrăcăminte, aliniate cât vezi cu ochii. Simt că amețesc. E un fel de dulap fantastic, demn de un covor roșu. Înaintez ușor printre ele, descoperind la fiecare pas mantouri de astrahan, haine evazate din vizon și linx, rochii de tafta, jachete din piele de piton și de crocodil, rochii cu corsaje brodate cu cristale Swarovski și ținute de seară din muselină, ornate cu pietre semiprețioase. Extaz! Iată-mă în fața minunățiilor pe care le-am admirat ani de-a rândul în revistele de modă. Ard de nerăbdare să le probez pe toate, să mă strecor ca o prințesă în lumea lor de vis, sub lumina orbitoare a flash-urilor. După ce am contemplat rând pe rând fiecare comoară, plimbându-mă în lung și-n lat, simt nevoia să mă așez câteva minute pe un taburet

uitat într-un colț, visătoare și îngândurată. Și mi-a trebuit ceva timp ca să-mi vin în fire.

Rue du Faubourg Saint-Honoré e acum în clocot. Atrasă de fluierăturile agentului de circulație și de claxoanele mașinilor, mă apropii de fereastră. Descopăr, printre lucarne, acoperișurile Parisului. Colosala biserică Madeleine, înconjurată de o puzderie de automobile, stăpânește întreaga piață. Rue Royale, care o intersectează pe celebra rue du Faubourg, își etalează interminabilul șir de vehicule oprite la semafor în față la Ladurée și, în depărtare, împungând cerul, se ivește obeliscul din place de la Concorde, cu nasul său pudrat cu foiță de aur. La adăpostul acoperișurilor și înconjurată de cele mai râvnite veșminte ale momentului, aud brusc sone-ria telefonului:

– Alo, Charlotte? Te-ai rătăcit?

– Ăă, nu, cine e?

– Tatiana, trebuie să vii, Melany o să-nceapă *briefing*-ul.

Cobor înapoi pe Pământ. Melany, postată în fața echipei, se plimbă de colo-colo cu mâinile la spate. Ca un general pregătit să le vorbească trupelor sale. Își începe *briefing*-ul la unsprezece fix, ca în fiecare dimineață, în departamentul *prêt-à-porter femme*.

– Mai întâi îi urez bun venit Charlottei, care tocmai ni s-a alăturat. Aș vrea să stabilesc cu voi obiectivele zilei. Astăzi avem de realizat 13 000 de euro la *prêt-à-porter*. Săptămâna a fost destul de bună, dați-vă silința să continuați așa. Aveți grijă să faceți reprovizionarea

pentru *display*¹ ca să nu lipsească nimic și nu pierdeți vremea stând la șuetă: *Money talks*². Gata, o zi bună.

Vorbește cu aceeași blândețe ca Margaret Thatcher. Micul său regiment se pune numaidecât pe lucru. Rămân pe loc, puțin descumpănită, neștiind prea bine cu ce să încep. Vânzătorii se agită în toate părțile. Florent îmi trece valvârtej prin față, ca să facă reprovizionarea de la depozit. Dar se oprește brusc, se apropie și-mi spune:

– Pute a transpirație, nu?

Mai întâi de toate mă frapează mărimea magazinului și configurația sa. E un adevărat labirint pe trei niveluri, un fel de univers comercial în miniatură. La parter se află divizia dedicată bărbaților, cu costume la comandă, articole de voiaj și încălțăminte. În centru, se înalță o scară de sticlă ce pare să teleporteze clienții până la primul etaj, unde e teritoriul marochinăriei, accesoriul emblematic al mărcii, care i-a adus celebritatea și momentele ei de glorie. În firidele arcuite străjuite de acacia, se răsfață poșetele scăldate în lumină, ca operele de artă. Câteva modele din piele de piton servesc drept momeală și costă doar 13 000 de euro, pe când altele, din piele de crocodil, bat spre 25 000. Sudori reci. Vânzători în uniformă stau de gardă. O adevărată Legiune Străină, vreo cincizeci de angajați de douăzeci de naționalități – olandezi, iranieni, germani, italieni, ruși, brazilieni, chinezi, francezi, japonezi,

¹ Vitrină (n. tr.).

² „Banii fac legea” (n.a.).

marocani, suedezi sau englezi – la dispoziția unei clientele internaționale exigente.

Zoom, înapoi. Colecția de încălțăminte de damă e amplasată frumos pe socluri din plexiglas, luminate ca un ring de dans. Pe un cub mare, format din oglinzi, sunt etalate modelele de serie limitată de la ultima prezentare de modă. Cizme înalte de piele cu toc de cincisprezece centimetri, 1 900 de euro, sau cizme din piele de crocodil, 11 000 de euro, tronând asemenea unor relicve și venerate ca niște obiecte de cult. Sunt cele din gama „Beverly Hills“, un nume ce face să vibreze orice client.

Muzică. Phoenix¹ leagănă clientela aflată în căutarea Sfântului Graal. Ceva mai departe se distinge departamentul de bijuterii: o casetă învăluită în liniște, cu lumină cernută, discretă ca un confesional și decorată cu vitrine presărate cu pietre prețioase, fără nicio indicație de preț. Mister. În sfârșit, etajul al doilea găzduiește divizia *prêt-à-porter femme*, al cărui salon VIP de la etajul al treilea ocupă tot vârful celebrei piramide. Un ostrov de tihnă, înzestrat cu ascensor propriu, care aduce clientela direct din rue du Faubourg Saint-Honoré. O voce aeriană anunță etajul, apoi ușile culisează într-o clipă. Colecția plutește ca în imponderabilitate. Efect halucinant. O concepție menită să creeze o atmosferă unică, rezervată unei minorități de *fashionistas*. Pur și impresionant,

¹ Grup indie-pop francez cu influențe de soft-rock, hip-hop, muzică clasică și electronică (n. tr.).

the floor răsare ca o oază de veșminte scăldate într-o lumină lăptoasă și diafană, un miraj la capătul imensului labirint piramidal.

Sunt blocată pe culoarul care duce la depozit de vreo zece minute bune. Cu brațele încărcate de haine, imobilizată în întuneric între cele două etaje, nu izbutesc să-mi fac cardul să funcționeze. La un moment dat ușa culoarului se deschide și apare un agent de securitate, ca să mă elibereze.

– Nu vă merge cardul?

– Ăă, ba da, dar nu-nțeleg ce nu reușesc...

– A, sigur, nici n-o să reușiți vreodată dacă îl folosiți pe cel pentru automatul de cafea!

În întuneric, am confundat cele două cartele magnetice. Apoi îmi deschide, iar eu ies în sfârșit la lumină. Cum de-a ghicit că mă blocasem acolo? Ridicând privirea, observ o cameră în colțul de sus al culoarului. Și aveam să descopăr că fiecare ungher al magazinului e bine echipat cu așa ceva. La urma urmei, au de păzit o adevărată comoară. Fiecare mișcare e atent urmărită din sala de control, de la subsol. O încăpere tapetată cu treizeci de monitoare care pâlpâie simultan și supraveghează toate etajele. Acolo este cartierul general al serviciului de securitate, condus de Patrick, salvatorul meu. Patrick seamănă cu monstrul lui Frankenstein, masiv și cu urechi clăpăuge, care îi dau un aer tâmp. Când se enervează, saliva i se strânge în colțurile gurii. O spumă albicioasă care se întărește ca laptele prins. Întreaga echipă a agenților de

securitate e în subordinea lui: Momo, cel scund și gras, care se pârâie pe șest și lasă în urmă efluvii de te ia cu leșin, Régis, campionul de karate care se scobește în nas toată ziua, Djamel, al cărui vis este să devină comisar de poliție, și Mamadou, care stă ca gorila la intrarea magazinului, ca la cluburile private. Toți cinci alcătuiesc o echipă pe cinste. În permanență cu aparatele de emisie-recepție în mână și îmbrăcați în echipament negru, se iau bine în serios, crezându-se eroii magazinului. Dar ei, așa cum le spune și numele, nu trebuie decât să păzească marfa expusă. Sala de repaus, unde personalul poate să și mănânce, este într-o câțiva extensia cartierului general al securității. În mijlocul ei, înconjurat de cele două cuptoare cu microunde, de marea butelie cu apă și de dozatorul de băuturi se află un soi de uriaș cadavru delicios¹ cu portretele-robot ale mai multor hoți, alături de prim-planuri cu fața altora, capturi din filmările camerelor video la „vizitele” lor prin magazin, toate prinse cu bolduri pe perete. O ambianță de comisariat, minuțios reconstituită de Djamel după un model original.

– CG securitate, Djamel, ascult.

¹ „Cadavrul delicios” (*cadavre exquis*) este un joc suprarealist, inventat prin 1925, în care fiecare participant scrie pe o foaie de hârtie începutul unei fraze (sau al unui text mai amplu ce poate fi alcătuit din câteva fraze), apoi îndoie hârtia pentru a ascunde ce a scris și, pe partea rămasă la vedere a foii, scrie unul sau mai multe cuvinte plecând de la care următorul participant va completa cele scrise de predecesorul său. Același joc se poate juca și cu desene (n. tr.).

– Djamel, avem o clientă suspectă la etajul doi.
Recepție.

– OK, descrieți suspecta. Recepție.

– La vreo cincizeci de ani, blondă, cu un pulover alb.

– OK, o văd pe monitorul 3. Recepție.

– Djamel, a venit comanda de la Pizza Hut, zic eu întrerupându-l.

– Sst! Nu acum, nu acum.

– Suspecta a părăsit etajul, alarmă falsă, Djamel.

Recepție.

– OK, spuneți-le băieților să ia pauza de masă, *napole-tanele* sunt calde! hotărăște Djamel.

La douăsprezece fix, un prim val de vânzători coboară să mănânce în sala de repaus. Fiecare e liber să iasă sau să ia masa la fața locului, dar prețurile exorbitante din cartier nu lasă prea mult de ales. Prin urmare, prefer să rămân aici cu iaurtul meu, clementina și caserola Tupperware. Așezată la masa mare, printre ceilalți vânzători, ascult bârfele din magazin și poveștile din viața fiecăruia, când Florent deschide zgomotos ușa.

– Ah! Mor de cald, sunt lac de transpirație, de-mi picură în pantaloni!

Vânzătorii comentează rând pe rând presa de scandal, cu nasul vârât în revistele așezate pe colțul mesei. Ditamai compilația – ultimele cancanuri, poze făcute pe șest și grămezi de mizerii –, ca un morman de rufe murdare. Fiecare e însetat să critice cohorțele de staruri ce defilează sub ochii săi. Trebuie spus că însuși președintele grupului apare cu regularitate în acest album

de familie, după ce s-a căsătorit cu o celebritate care i-a făcut un copil.

– L-ai văzut ieri pe cântărețul ăsta, când a venit să-și cumpere ultimul model de ceas? Ia te uită... Umblă cu un tip?!

– Uite-o și pe-asta! Se fâfâie cu geanta Amalfi de 3 000 de euro pe plaja de la Saint-Tropez, vaca...

Ora dejunului este așadar un moment de destindere, iar viața celebrităților devine atracția principală. Tăcută, ascult și observ. Carmen nu vorbește, concentrată asupra paginilor din *Télé 7 Jours*. E imperturbabilă. Bifează cu meticulozitate programul TV al săptămânii, mai cu seamă seara Miss Monde, și încheie cu integrale. Cât despre Mamadou, e vârat în grilele lui de sudoku. Patrick se joacă Pinguini pe iPhone, râde de unul singur, cu gura larg deschisă, plină de resturi de pizza. Jalnic dejun. Mănânc la lumină de neon, retrasă în subsol cu gamela mea din plastic și păhăruțul de cafea. Nimeni nu mă întreabă nimic, nimeni nu e surprins să mă vadă aici. Moment de singurătate. Aș vrea ca timpul să se scurgă mai repede și să depășesc perioada de probă. Dar mai întâi de toate trebuie să-mi dovedesc priceperea. Vânzătorii de la Montezzo au reputația unor experți. Ei îmbracă toată înalta societate mondenă, de la showbiz la politicieni. Mă aflu pe un teritoriu necunoscut și nu e ușor să-mi găsesc locul. Dar, pentru moment, rămân pur și simplu invizibilă și categoric mult mai puțin atractivă decât revistele de celebrități.



- E primul dumneavoastră voiaj la Paris, doamnă?
- Da, da, *first time!* Paris, ador, *Paris is beautiful, I love Paris!*
- Și ce doriți să vizitați?
- Dior, Chanel, Vuitton, Hermès...



Vânzătorii discută vrute și nevrute între ei, dar se opresc imediat ce eu mă apropii. O reacție de reținere care mă face să mă simt prost.

- Ia zi, domnișoară nouă, știi să păstrezi un secret? mă întrebă Florent, punându-mi în mâini două clasoare, fără nicio explicație.

Sunt gata să răspund orice ca să mă fac acceptată.

- Ai băgat de seamă că trebuie să pontezi ori de câte ori intri sau ieși din magazin și că mașina îți înregistrează aproape la secundă orice mișcare?

- Da, sigur.

- Ei bine, de fapt, nimeni nu pontează la ora indicată de mașină...

- Cum adică?

- De pildă, dacă vreau să petrec mai mult de-o oră în pauza de prânz, pontez și pe urmă urc din nou tiptil și-i las ecusonul meu Tatianeii, înainte de a ieși. După care îmi văd liniștit de treabă fiindcă știu că ea îl va folosi ca să ponteze exact la o oră după plecarea mea,

deși eu o să mă întorc mult mai târziu. *Ni vu ni connu*, te-ai prins?

– ... Și șefa?...

– N-ai de ce să te temi de Melany. E de-ajuns s-o faci să creadă că ești la stocurile din subsol și nu va avea niciodată timp să te găsească pe camere... Pe o mie cinci sute de metri pătrați e ușor să te joci de-a ascunselea...

Să accepți „condițiile de intrare” înseamnă să aderi încetul cu încetul la club. Acest secret îngăduie admiterea mea în divizia *prêt-à-porter femme* și intenționez categoric să-mi obțin legitimația de membru. Așez pe tejghea cele două clasoare pe care mi le-a înmânat Florent și încep să le frunzăresc. Sunt cataloage de la Croisière¹ și de la Fashion Show. Manechine după manechine, de la pagina 1 până la 42. Trebuie să mă familiarizez cu colecția. Studiez cu atenție fiecare siluetă, apoi caut din priviri piesele de referință pe stative. Zăbovesc și asupra materialelor și le citesc fișele tehnice. Descrierea este precisă, redactată integral în limba engleză, și menționează toate detaliile: țesături, broderii, imprimeuri. Creațiile celebrei stiliste Isabella Canalli sunt amănunțit explicate și fiecare piesă vestimentară este expusă plan, pentru a permite înțelegerea întregului proces de fabricare, dezvăluind astfel și calitatea desăvârșită a materialelor.

¹ Prezentare de modă a firmei Chanel (n. tr.).

„This season the collection is built around a luxurious interpretation of a Spanish authenticity that makes reference to traditionnal flamenco icones...”¹

Hotărâtă să semnez un CDN², mă cufund cu sânguință în acest mic dicționar al luxului. Dar cum n-am prea mult timp pentru a digera toate informațiile, învăț cât pot în fiecare zi și aprofundez lecțiile seara, în metrou.

În cursul perioadei mele de ucenicie, studiez cu atenție modul de lucru al fiecărui vânzător, dornică să îi ajung din urmă. Cum să încep? Există un protocol? Există cuvinte ce se cuvin a fi spuse sau evitate? Există instrucțiuni ce se cer respectate întocmai? Abordarea clienților nu mi se pare o etapă foarte complicată, iar reacția lor e lesne de anticipat. Firește, politețea rămâne la loc de cinste, la care se adaugă ca un bonus numele și serviciile unei mari firme de lux. Uneori mă mai prefac că aș avea nevoie de un umerăș dintr-o cabină de probă ca să îmi pot studia colegii aflați în plină acțiune. Pe zi ce trece încep să mă tem tot mai puțin, dar cum nu am reușit încă să mă familiarizez cu colecția mai fac tot felul de greșeli. Când mi se cere pentru probă un *flarepant*, aduc un *bootcut*³. Sau uit gama de culori ori numele materialelor din care sunt lucrate anumite piese vestimentare. Și nici cu numele animalelor de la care provine blana nu stau prea bine. Așa că, uneori, născocesc...

¹ „Colecția din acest sezon se axează pe o interpretare somptuoasă a unei autenticități spaniole care face trimitere la universul tradițional al flamencoului” (n.a.).

² Contract de muncă pe durată nedeterminată (n. tr.).

³ Modele diferite de pantaloni strâmți și evazați (n. tr.).

Trebuie să pari întotdeauna foarte bine pregătit. Munca în departamentul de vânzări e cam ca evoluția în arenă. O luptă permanentă, în care doar cel mai bun câștigă. Starea de nervozitate, pe care încerc s-o ascund sub un calm aparent, mi-a dat dureri de cap încă din primele zile și cutiuța cu Doliprane face parte din trusa mea de supraviețuire. În ciuda modestului meu progres în cadrul echipei, deocamdată nimeni nu-mi acordă cine știe ce atenție. Dar mă consolez golind automatul de Bounty. Nu e prea grav. Mă aflu aici în primul rând ca să-mi ajut colegii, nu ca să le iau locul, iar ei încep ușor-ușor să renunțe la vechile rețineri, pricepând că nu au de ce să se teamă.



– Bună ziua, domnișoară, sunt foarte grăbită, caut o rochie de cocktail pentru un vernisaj pe care îl organizez astă-seară, puteți să-mi propuneți ceva?

– Da, desigur, aveți vreo preferință în ce privește culoarea?

– Păi, nu prea știu... Arătați-mi tot ce aveți, îmi răspunde clienta, cu un aer obosit.

– Doriți o rochie lungă sau la nivelul genunchiului?

– Știți ceva, chiar nu am timp, așa că faceți-mi o selecție. Pregătiți-mi o „garderobă“, aștept propunerile dumneavoastră. Mă duc să iau prânzul vizavi, la Ladurée, și mă întorc peste o oră, e bine? Măsura 38–40..., adaugă ea, îndepărtându-se.



Clienta a dispărut și nu s-a mai întors niciodată.

La prima vedere, sunt un soi de roată de rezervă sau, mai exact, suplitorul de serviciu în perioadă de rodaj. Pendulând între departamente, dimineața etichetez articole la stocurile din subsol, mai târziu, după-amiaza, șterg praful de pe vitrinele de la marochinărie, apoi revin la divizia *prêt-à-porter femme*, pentru a-mi termina ziua făcând ordine în depozit. N-am vreo îndatorire fixă și totul arată puțin ca o aventură. Iau pauză de masă când le convine tuturor și rareori mi se cere părerea. Încă mai au rețineri în ceea ce mă privește. Dar asta nu mă descurajează. Melany continuă să-și organizeze câmpul de bătălie dimineața și uneori ne *briefează* de două ori pe zi. Plictisitor. Deși mă aflu aici, mintea mea e departe.

În acest epicentru al luxului domnește o atmosferă lejeră, ritmată de cancanurile și evenimentele din lumea vânzătorilor. Încetul cu încetul, încep să leg și numele clienților de figura lor și, mai ales, să îmi deosebesc colegii.

– Lucrezi de mult aici, Suzanne?

– Oho! Ba bine că nu! Am trei's'cinci de ani la firmă. Eram aici când s-a deschis primul magazin din Paris. Acum fac parte din mobilier... Sunt un fel de fosilă!

– Treizeci și cinci de ani?...

– Am acceptat slujba asta, când am venit la Paris, în lipsă de altceva. Sunt de origine egipteană. Montezzo căuta vânzători care să vorbească fluent araba, pentru

clientela din Orientul Mijlociu. Iar pe urmă... știi cum e...
Doar provizoratul durează! Ai grijă...

Fiecare zi e un nou act în piesa de teatru a Casei Montezzo. Trebuie să aștepti doar cea de-a treia bătaie a gongului. Câteodată mă întreb cum de pot avea loc, una după alta, atâtea situații comice într-un univers care se vrea atât de serios și de protocolar. Montezzo și-a instruit fiecare vânzător așa cum se instruește o armată a luxului. Sunt soldățeii săi realizați după imaginea sa. Profesioniști până în vârful degetelor, trilingvi și cât de cât cultivați, care își recită zi de zi lecția, pe de rost. Au urmat un antrenament special și sunt oricând gata să slujească. Oare și eu mă voi transforma într-un robot multifuncțional? Nu prea am de ales. Trebuie să mă conformez regulii, ca toată lumea. Dar, în ciuda disciplinei de fier, întotdeauna intervine neprevăzutul, care întreprinde buna funcționare a precisei mașinării de război. Iar mie îmi place să mă instalez comod în prima lojă și să savurez acest spectacol tragicomic.



Sună telefonul. Tatiana, care visează cu ochii deschiși, se repede să răspundă.

– Montezzo Faubourg, Tatiana, bună ziua, cu ce vă pot fi de folos?

– Sunt Melany. Poți să-mi spui ce faci prăvălită peste teighea?

Tatiana înțepenește. E năucită. Speriată, își rotește privirea de la dreapta la stânga, cu viteză maximă. Creierul ei încearcă să stabilească o legătură.

– Mă auzi? reia Melany. Stai dreaptă, nu ești chelneriță de bar!



Surprinsă de camera conectată direct în biroul directorului, Tatiana a fost readusă la ordine.