

COUP DE FOUDRE EN LAMBORGHINI DE LOCATION



MAMAN?

Dr. Sarcame

Coup de Foudre en Lamborghini de Location

Par Dr. Sarcasme

ÉDITIONS FUSIANIMA

[Lire la version interactive sur Fusianima.com](https://fusianima.com)

Table des matières

Chapitre 1 : L'Aérodynamisme du Mensonge	4
Chapitre 2 : Tinder sous 50 Degrés : Le Swipe en Zone Aride	8
Chapitre 3 : Le Syndrome du Logo : Je t'aime en Gucci	13
Chapitre 4 : Ladies Night : La Guerre des Flûtes de Prosecco	17
Chapitre 5 : L'Art de la Yacht-Thérapie	21
Chapitre 6 : Le Maquillage Waterproof face au Sirocco	25
Chapitre 7 : Dîner au Sommet, Crédit au Sous-sol	30
Chapitre 8 : Le Business Plan de la Romance	35
Chapitre 9 : La Chirurgie de l'Âme (et du Nez)	41
Chapitre 10 : Le Désert en Filtre Clarendon	47
Chapitre 11 : Le Mariage en CDD (Contrat de Dubaï Déterminé)	52
Chapitre 12 : L'Amour est une Location avec Option d'Achat	56

Chapitre 1

L'Aérodynamisme du Mensonge

On ne va pas se mentir : la psychanalyse est une arnaque de bourgeois en velours côtelé. Payer soixante-quinze balles par semaine pour s'allonger sur un sofa qui sent la poussière et raconter à un type qui prend des notes en silence que, oui, effectivement, votre mère préférerait le chat, c'est d'une inefficacité criminelle. Pour le même budget mensuel, vous pouvez louer une Lamborghini Huracán pendant huit heures. Et croyez-moi sur parole, le hurlement du V10 atmosphérique derrière vos vertèbres cervicales fait plus pour votre santé mentale que dix ans à décortiquer vos rêves de choux-fleurs géants.

C'est ici qu'entre en jeu le concept révolutionnaire de l'Aérodynamisme du Mensonge.

Voyez-vous, le charisme n'est pas une valeur intrinsèque. C'est un gaz. Et comme tout gaz, il a besoin d'un contenant sous pression pour ne pas s'évaporer lamentablement devant la file d'attente du McDrive. Quand vous marchez dans la rue avec votre veste H&M et vos doutes existentiels, votre coefficient de pénétration sociale est proche de celui d'un frigo jeté d'un cinquième étage. Vous subissez la traînée. Vous êtes l'obstacle. Mais une fois glissé dans le cockpit d'une Huracán — une voiture si basse qu'on a l'impression de raser le bitume avec ses propres fesses — le monde change de consistance. Le mensonge devient fluide. Il devient aérodynamique.

L'Huracán n'est pas une voiture, c'est une prothèse d'ego en fibre de carbone. Elle est dessinée avec des angles si vifs qu'ils pourraient couper le mépris de votre ex en deux. À 325 km/h, la réalité n'a plus le temps de vous rattraper. Vos découverts

bancaires ? Ils n'ont pas d'appui aérodynamique, ils s'envolent. Votre calvitie naissante ? Le flux d'air est optimisé pour que les gens ne voient qu'un flou artistique doré. Votre incapacité chronique à maintenir une conversation intelligente ? Le moteur fait tellement de bruit (120 décibels de pur narcissisme) que personne n'attend de vous que vous parliez. On attend juste que vous existiez, très fort, et de préférence en faisant des flammes avec le pot d'échappement.

Dans une thérapie classique, on vous demande d'affronter vos peurs. Dans une Lamborghini de location, on les écrase sous des pneus Pirelli de 305 mm de large. Le principe de l'aérodynamisme du mensonge, c'est que plus vous allez vite, moins le doute a de prise sur votre carrosserie. À l'arrêt, au feu rouge de la place de l'Étoile, vous n'êtes qu'un imposteur avec une carte de débit qui transpire. Mais dès que le feu passe au vert et que vous écrasez la pédale, la physique prend le relais de la morale. Le mensonge se plaque au sol. Vous ne « prétendez » plus être riche et puissant : vous *déplacez* tellement d'air que l'univers est obligé de valider votre existence.

Et parlons de l'effet sur les autres. Le regard du quidam est le meilleur miroir du monde. En temps normal, les gens vous regardent comme si vous étiez une erreur de syntaxe dans une phrase ennuyeuse. Mais au volant du taureau enragé, vous devenez un point d'exclamation. Les passants ne voient pas le contrat de location froissé dans la boîte à gants. Ils ne voient pas les clauses d'exclusion d'assurance qui stipulent que si vous égratignez la jante, vous devrez vendre un rein et celui de votre cousin germain. Ils voient la ligne. Ils voient le succès. Et le plus beau dans l'aérodynamisme du mensonge, c'est qu'au bout de vingt minutes, vous commencez à y croire vous-même. Vous commencez à penser : « En fait, cette voiture, c'est mon prolongement naturel. Je suis né pour sortir d'un truc qui ressemble à un vaisseau spatial de la zone 51 pour aller acheter des cigarettes. »

C'est là que le boost de charisme devient pathologique. Vous vous surprenez à adopter la « Pose du Loueur ». Un mélange de dédain aristocratique et de nonchalance de pilote de chasse. Vous ne regardez pas la route, vous la dominez.

Vous ne conduisez pas, vous accordez une audience au bitume. Votre colonne vertébrale se redresse de 15 degrés par pur mimétisme avec l'aile arrière. C'est l'effet « Placebo à 200 000 euros ». Votre cerveau sécrète tellement de dopamine qu'il réécrit votre biographie en temps réel. Soudain, vous n'êtes plus stagiaire en logistique à Nanterre, vous êtes un consultant international en "stratégies disruptives" dont le seul stress est de savoir si le champagne sera assez frappé au gala de ce soir.

Mais attention, l'aérodynamisme a ses limites. Le mensonge, aussi profilé soit-il, finit toujours par rencontrer un mur de réalité : l'horloge de bord.

Car il existe une tragédie grecque moderne que Sophocle n'avait pas prévue : le retour du véhicule à 18h00.

À 17h45, le mensonge commence à perdre sa portance. Les vibrations du V10, qui sonnaient comme une symphonie de victoire, commencent à ressembler au compte à rebours d'une exécution capitale. Le charisme s'effrite par morceaux, comme de la peinture bon marché sur une maquette. Vous passez devant une vitrine et, pour la première fois de la journée, vous ne voyez plus le conquérant de l'asphalte, mais le type qui doit rendre les clés dans quinze minutes sous peine de payer une pénalité équivalente au PIB du Laos.

À 17h55, c'est l'agonie. Vous essayez de négocier avec les lois de la physique. Vous vous dites que si vous roulez très vite en marche arrière, vous allez peut-être remonter le temps, façon Superman. Mais non. Le compteur kilométrique est implacable. Chaque mètre parcouru est un clou de plus dans le cercueil de votre superbe. Vous réalisez avec horreur que le charisme de location a une date de péremption plus courte qu'un yaourt au soleil.

18h00. Le parking de l'agence. Le moment où le carrosse redevient une citrouille, ou pire, une Renault Clio de 2012 avec un sapin désodorisant « Vanille » qui pend au rétro.

Le réceptionniste de l'agence, un type nommé Kévin qui porte une chemise trop grande et qui a vu défiler plus de mythos que le casting des *Marseillais*, fait le tour de la bête avec une lampe torche. C'est le moment de vérité aérodynamique. Il inspecte les bas de caisse. Il cherche la faille dans votre montage. Il cherche l'endroit où le mensonge a frotté contre un trottoir trop haut.

— « Tout est nickel, monsieur. On vous rend la caution sur votre carte ? »

Vous hochez la tête avec ce qu'il vous reste de dignité, mais le cœur n'y est plus. Vous rendez les clés. Ce petit bout de métal et de plastique qui vous donnait le droit de mépriser la plèbe. En refermant la portière de votre propre voiture (une Twingo qui fait un bruit de machine à laver en fin de cycle), vous sentez le poids de l'atmosphère vous écraser à nouveau. L'aérodynamisme a disparu. Vous êtes redevenu un objet contondant, lourd, plein de doutes et de névroses.

Le trajet du retour est un enfer de lucidité. Le silence dans l'habitacle de la Twingo est plus assourdissant que le V10 de tout à l'heure. Vous réalisez que vous venez de dépenser votre loyer pour être Dieu pendant huit heures, et que maintenant, vous n'êtes même plus le prophète de votre propre salon. Votre charisme a fondu comme neige au soleil de l'honnêteté budgétaire.

Mais alors que vous dépassez péniblement un tracteur sur la départementale, un sourire vicieux étire vos lèvres. Parce que demain, vous avez rendez-vous chez votre psy. Et pour la première fois, vous n'allez pas lui parler de votre mère. Vous allez lui parler de la zone rouge à 8500 tours/minute. Vous allez lui expliquer que le bonheur ne s'achète pas, mais qu'il se loue avec une franchise de 5000 euros.

Et ça, croyez-moi, c'est une thérapie que Jean-Pierre n'est pas prêt d'oublier.

Chapitre 2

Tinder sous 50 Degrés : Le Swipe en Zone Aride

Allongez-vous. Non, restez assis, la clim est en panne et si vous vous allongez sur ce canapé en skai, vous allez fusionner avec la matière comme un vulgaire nugget oublié dans une friteuse. Bienvenue dans la "Zone Aride". Ici, le thermomètre affiche 50 degrés à l'ombre, mais l'ombre a démissionné depuis 2014 pour cause de conditions de travail inhumaines.

Dans cette fournaise où même les scorpions portent des lunettes de soleil pour ne pas se reconnaître entre eux, le Tinder local ne ressemble pas à une application de rencontre. C'est un catalogue de survie sélective, un Jurassic Park du paraître où la sélection naturelle a été remplacée par l'algorithme de l'ego. Vous avez rendu les clés de la Lamborghini. Vous êtes de retour dans votre studio qui a l'odeur d'un vieux gymnase et l'espace vital d'une boîte d'AirPods. Mais sur votre écran, le monde est encore un buffet à volonté de luxe carbonisé.

Le swipe en zone aride, c'est une discipline olympique de l'illusion. On ne cherche pas l'âme sœur, on cherche un alibi social.

Commençons l'inventaire de la faune locale par le spécimen le plus envahissant : le "Trader Crypto Imaginaire". Vous le reconnaissez facilement : sa photo de profil a été prise devant une voiture qui ne lui appartient pas — probablement celle que vous venez de rendre, d'ailleurs. Il porte un costume trois pièces en polyester par 48 degrés Celsius, un exploit physiologique qui défie les lois de la sudation humaine. Dans sa bio, on lit des termes comme "Visionnaire", "Serial Entrepreneur", "Web3 Evangelist" et, bien sûr, "To the Moon".

Le Trader Crypto ne vit pas dans le présent, il vit dans une courbe ascendante qui n'existe que sur son application de démonstration. Il vous expliquera, entre deux gorgées d'un cocktail facturé le prix d'un rein, que le travail salarié est une "prison mentale". C'est fascinant de voir un homme qui ne possède techniquement que trois paires de chaussettes et 400 euros de Shiba Inu vous expliquer comment "disrupter l'économie mondiale". Son appartement est un Airbnb loué à la journée pour faire des "stories" de motivation où il filme une montre de luxe (une réplique thaïlandaise qui retarde de douze minutes) posée négligemment sur un exemplaire de *Père Riche, Père Pauvre*. S'il vous match, ce n'est pas pour votre conversation, c'est pour s'assurer que vous avez assez de batterie sur votre téléphone pour scanner son QR code de parrainage.

Et de l'autre côté du spectre de cette jungle de pixels surchauffés, nous avons le joyau de la couronne : "L'Influenceuse Holistique".

Son métier ? "Vivre sa meilleure vie". C'est une profession à plein temps qui demande une résilience de légionnaire. Sa biographie est une salade de mots-clés : "Traveler | Yoga | Manifesting | Business Owner | Collaboration en DM". Elle ne mange pas, elle "nourrit son temple". Elle ne voyage pas, elle "s'imprègne des vibrations du monde". En réalité, son activité principale consiste à rester debout pendant quatre heures devant un mur rose pour obtenir LE cliché qui fera croire à ses 12 000 abonnés (dont 85 % sont des bots russes nommés Igor) qu'elle possède la ville.

L'Influenceuse est une créature thermodynamique unique. Elle est capable de poser en robe de soirée longue au milieu des dunes de sable, là où n'importe quel être humain normalement constitué se liquéfierait en trois minutes. Elle ne transpire pas. Elle "glow". Sa vie est un filtre permanent qui efface la poussière, le bruit des chantiers et la vacuité absolue de ses journées passées à attendre que le room-service lui apporte un petit-déjeuner qu'elle ne mangera pas, parce que les glucides, c'est mauvais pour le personal branding.

Quand vous switchez de l'un à l'autre, vous réalisez que Tinder dans cette zone aride est un immense jeu de dupes. C'est une pièce de théâtre de boulevard jouée sur un volcan. Le Trader Crypto cherche l'Influenceuse pour valider son statut de "High Net Worth Individual", et l'Influenceuse cherche le Trader pour financer son prochain vol en classe affaire vers Bali, ou du moins la location du sac de luxe qui figurera sur son prochain post.

C'est un écosystème symbiotique : le mensonge nourrit l'apparence, et l'apparence justifie le mensonge.

Et vous ? Vous êtes là, au milieu de tout ça, avec votre Twingo garée en bas et votre compte en banque qui ressemble à un champ de ruines après votre escapade en Lamborghini. Vous swipez avec la frénésie d'un archéologue cherchant une once d'honnêteté sous des strates de Botox et de promesses de richesse décentralisée. Vous tombez sur une certaine "Cindy, 24 ans", dont la photo de profil est un selfie pris dans l'habitacle d'une... Lamborghini. Une Huracán Evo. Couleur Arancio Borealis. Exactement celle que vous aviez entre les mains il y a trois heures.

Un frisson vous parcourt l'échine. C'est peut-être un signe. Ou alors, c'est juste le destin qui se fout de votre gueule avec une précision chirurgicale. Vous regardez de plus près. Sur le siège passager, on aperçoit un petit détail : un ticket de caisse de station-service que vous avez oublié de jeter. C'est VOTRE Lambo de location. Cindy a pris la photo pendant que vous étiez parti acheter un sandwich triangle à 8 euros.

Elle n'est pas influenceuse. Elle est juste une opportuniste du selfie de passage, une pirate du standing éphémère. Elle est vous, mais avec de meilleurs cheveux et une capacité d'assomption qui frise le génie criminel.

C'est là que la vérité vous frappe plus fort que le sirocco : dans cette zone aride,

personne n'est ce qu'il prétend être, mais tout le monde est d'accord pour faire semblant. C'est un contrat social tacite. Si je ne relève pas que ton sac est en plastique, tu ne relèves pas que mon jet privé est en fait une photo prise dans un musée de l'aviation. On appelle ça la "courtoisie du mirage".

Tinder à 50 degrés, c'est le triomphe de la forme sur le fond, du pixel sur la protéine. C'est un endroit où vous pouvez être n'importe qui, à condition d'avoir assez de 4G et une batterie externe. Vous hésitez. Vous pourriez swiper à droite sur Cindy. Vous pourriez lui envoyer un message : "Joli ticket de caisse sur le siège passager, c'était pour le sans-plomb 98 ou pour le sandwich thon-mayonnaise ?"

Mais vous ne le faites pas. Parce que demain, vous allez voir Jean-Pierre. Et Jean-Pierre va vous demander pourquoi vous ressentez ce besoin viscéral de démasquer les autres. Il va vous parler de votre insécurité, de votre besoin de contrôle, de votre rapport névrotique à la réussite. Il va transformer votre cynisme en pathologie, et cela va vous coûter 120 euros de l'heure.

Alors, vous éteignez l'écran. La chaleur revient d'un coup, lourde, étouffante, réelle. Vous réalisez que dans ce désert social, la seule chose de vraie, c'est la sueur qui perle sur votre front et le bruit de la clim du voisin qui vibre contre le mur.

Le swipe est terminé. La zone aride a gagné. Vous n'êtes plus un Dieu en Lamborghini, vous n'êtes plus un prophète du Bitcoin, vous n'êtes même plus un figurant dans la "meilleure vie" d'une influenceuse. Vous êtes juste un type dans une chambre trop chaude, qui réalise que dans un monde où tout le monde loue son bonheur à la journée, la seule chose qu'on finit par posséder vraiment, c'est sa propre solitude. Et encore, on se demande si on ne peut pas l'échanger contre un coupon de réduction pour une bouteille d'eau fraîche.

Vous fermez les yeux. Demain, la zone rouge à 8500 tours/minute semblera bien loin. Mais pour l'instant, vous vous demandez si Cindy a au moins aimé l'odeur du cuir de

la voiture. C'est tout ce qu'il reste de votre investissement : une trace de parfum bon marché sur un siège loué, dans une ville qui n'existe que pour ceux qui ont les moyens de ne pas y regarder de trop près.

Chapitre 3

Le Syndrome du Logo : Je t'aime en Gucci

Mesdames, Messieurs, et vous tous qui avez déjà mangé des pâtes au sel pendant trois semaines pour vous offrir une paire de sneakers dont la semelle est plus épaisse que votre avenir : bienvenue dans la section « Anthropologie du Paraître ».

Parlons un peu de cette étrange pathologie que la science — ou du moins mon banquier après trois mojitos — appelle le « Syndrome du Logo ». C'est une loi physique, presque gravitationnelle. Dans l'univers impitoyable de la séduction moderne, l'attraction sexuelle n'est pas régie par l'humour, la gentillesse ou la capacité à réciter du Prévert. Non. Elle est régie par le Théorème de l'Inversion de la Fortune.

Le calcul est d'une simplicité brutale : l'intérêt que vous suscitez chez autrui est directement proportionnel à la surface en centimètres carrés du logo sur votre torse, et inversement proportionnel au solde réel de votre compte courant. C'est mathématique. Si vous portez un t-shirt avec un crocodile si petit qu'on dirait une erreur d'impression, vous avez probablement un PEL bien garni et une assurance vie. Si, en revanche, vous arborez le mot « GUCCI » écrit dans une police de caractère si imposante qu'elle pourrait servir de panneau publicitaire sur l'autoroute A7, vous êtes, techniquement parlant, un SDF avec un forfait 5G.

Regardez Cindy. Pourquoi Cindy a-t-elle accepté de monter dans cette Lamborghini de location qui sentait encore le désodorisant « Forêt Noire » et le désespoir ? Est-ce pour votre conversation brillante sur la blockchain ? Est-ce pour votre profil gracile de poète maudit ? Allons, un peu de sérieux. Cindy est tombée amoureuse d'un monogramme. Elle a eu un coup de foudre pour une toile enduite. Dans sa tête, les

deux « G » entrelacés sur votre ceinture ne sont pas juste des lettres de l'alphabet, ce sont des menottes dorées qui la lient à une promesse de jet privé.

C'est là toute la magie du logo : c'est un mensonge visuel qui hurle tellement fort qu'il rend la réalité sourde.

Le logo, c'est le gilet de sauvetage de celui qui coule. Plus le bateau coule, plus le gilet doit être voyant. Avez-vous déjà remarqué que les vrais milliardaires, ceux qui possèdent des îles et des ministres, s'habillent comme des profs de géographie en fin de carrière ? Ils portent des pulls en cachemire beige sans aucune inscription, des trucs qui coûtent le prix d'une Twingo mais qui ressemblent à ce que votre grand-père mettrait pour tondre la pelouse. C'est ce qu'on appelle le « Quiet Luxury ». Le luxe silencieux.

Mais vous, vous n'avez pas le luxe du silence. Vous avez besoin du boucan. Vous avez besoin que votre t-shirt crie : « JE NE SUIS PAS PAUVRE, REGARDEZ, J'AI DÉPENSÉ 450 EUROS DANS DU COTON PRODUIT AU BANGLADESH ! ». C'est une forme de légitime défense sociale. On achète du Gucci pour ne pas avoir à expliquer pourquoi on vit encore chez sa mère à 32 ans. Le logo est une prothèse d'ego. C'est le cache-misère ultime : si les gens sont occupés à déchiffrer « BALENCIAGA » sur votre poitrine, ils ne remarqueront pas que votre carte bleue a été déclinée trois fois à la caisse du Franprix parce que vous avez acheté un pack de Cristaline en mode « paiement en quatre fois ».

Et le pire, c'est que ça marche. Le cerveau humain est une machine médiocre. On est programmé pour associer la répétition d'un motif à la réussite. Si vous portez assez de logos, vous devenez une sorte de divinité égyptienne moderne. Vous n'êtes plus Jean-Kevin, alternant en marketing ; vous êtes l'Ambassadeur du Swag. Vous marchez dans la rue et les têtes se tournent. Les gens ne voient pas un homme, ils voient un investissement mobile.

Mais attention, c'est un équilibre précaire. Car il existe une zone de danger, le « Point de Rupture du Flex ». C'est le moment précis où le logo devient si gros qu'il commence à absorber votre propre personnalité. Vous n'êtes plus celui qui porte le vêtement, vous êtes le support publicitaire de votre propre ruine. C'est le moment où Cindy commence à se demander si, derrière la boucle de ceinture dorée, il y a réellement un être humain ou juste un tas de factures impayées et un abonnement à une salle de sport où vous n'allez jamais.

L'amour en Gucci, c'est une romance de façade. C'est comme construire une cathédrale avec des bâtonnets de glace : c'est impressionnant de loin, mais dès qu'il pleut (ou que le loueur de la Lamborghini appelle pour récupérer les clés), tout s'effondre. Vous vous retrouvez alors dans cette chambre trop chaude, l'humidité collante de la solitude contre la peau, réalisant que votre t-shirt à 500 balles ne vous tient pas plus chaud qu'un vieux maillot de corps élimé.

La vérité, c'est que le logo est une monnaie de singe. On s'en sert pour acheter l'admiration de gens qu'on n'aime pas, avec de l'argent qu'on n'a pas, pour prouver des choses qui n'existent pas. C'est le sport national du XXI^e siècle. On loue le bonheur à l'heure, on stripe la réussite sur Instagram, et on espère que personne ne demandera à voir le relevé bancaire derrière la photo.

Imaginez si les relations étaient honnêtes. Imaginez si, au lieu de Gucci, votre t-shirt affichait votre solde en temps réel.

« Découvert de 450€ - Mais j'ai un bon cœur. »

« 12,50€ sur le livret A - Mais je connais les meilleurs spots à Kebab. »

Est-ce que Cindy resterait ? Est-ce que le parfum bon marché sur le siège en cuir aurait la même saveur ? Bien sûr que non. L'honnêteté ne fait pas vendre de voitures de sport. L'honnêteté ne fait pas swiper à droite.

Alors, on continue la mascarade. On gonfle le torse pour que le lettrage soit bien lisible. On s'assure que le logo est bien au centre du selfie. On transforme notre corps

en panneau d'affichage pour des marques qui ne savent même pas qu'on existe, tout ça pour convaincre une fille qui ne nous aimera que tant que le logo brillera sous les néons de la ville.

C'est le grand paradoxe de notre époque : on n'a jamais eu autant de moyens de se montrer, et on n'a jamais eu aussi peu à offrir. On est des emballages vides, mais mon Dieu, quel bel emballage ! On est des Ferrari avec des moteurs de tondeuse à gazon. On est des poèmes écrits en Comic Sans MS sur du papier doré.

Alors demain, vous retournerez peut-être louer une autre part de rêve. Vous enfilerez ce t-shirt qui coûte un loyer. Vous irez chasser la Cindy dans la jungle urbaine, armé de votre bouclier en toile monogrammée. Et pour quelques heures, vous y croirez. Vous croirez que vous êtes ce que vous portez. Vous oublierez la zone aride, la clim qui vibre et la solitude.

Parce qu'au fond, dans un monde qui n'a plus de sens, il est beaucoup plus facile d'aimer un logo que d'aimer quelqu'un. Un logo ne vous déçoit jamais. Il ne vous quitte pas. Il demande juste à être renouvelé à chaque saison. Et si vous n'avez plus d'argent ? Pas de problème. Il y a toujours le marché de l'imitation. Le faux Gucci, pour les faux riches, dans une fausse vie.

Après tout, si l'amour est une illusion, autant qu'elle soit griffée. C'est plus chic pour les photos de l'enquête de police après la faillite.

Chapitre 4

Ladies Night : La Guerre des Flûtes de Prosecco

Bienvenue dans l'arène. Si vous pensiez que la guerre moderne se jouait avec des drones et des cyber-attaques, c'est que vous n'avez jamais mis les pieds au « Purple Diamond » un jeudi soir entre 20h et 22h. Ici, pas de traité de Genève. Pas de quartier. Juste une odeur persistante de parfum sucré qui donne le diabète et le bruit cristallin de mille flûtes de Prosecco s'entrechoquant dans un fracas de désespoir social.

Le Ladies Night, mes amis, c'est le Vendredi Noir de la dignité humaine. C'est le seul moment de la semaine où une boisson qui a le goût de l'Ajax Vitres devient plus précieuse que l'uranium enrichi, simplement parce qu'elle est étiquetée « Offert aux Dames ».

À ma gauche, nous avons le Bataillon des Escarpins. Elles sont venues en formation de combat : par groupes de quatre, bras dessus, bras dessous, créant un mur infranchissable de sacs à main en cuir de synthèse. Leur objectif ? Rentabiliser l'offre « Open Bar » jusqu'à ce que leur foie demande l'asile politique. Pour elles, le Prosecco n'est pas un apéritif, c'est un carburant. Elles le boivent avec une urgence chirurgicale, comme si le monde allait s'éteindre à la fin de la bouteille. Et elles ont raison : à 22h01, le carrosse redevient citrouille, et la flûte gratuite passe à 14 euros. C'est ce qu'on appelle l'inflation de Cendrillon.

À ma droite, nous avons les Chasseurs de Mirage. Vous les reconnaissez facilement : ce sont les types qui portent des lunettes de soleil à l'intérieur alors qu'il fait plus sombre que dans une mine de charbon. Ils sont là pour la « Cindy ». La Cindy, c'est cette créature mythologique qui, après trois verres de mousseux tiède, serait censée

tomber amoureuse d'un type qui a loué une Lamborghini à crédit pour impressionner des gens qu'il n'aime pas. Ils rôdent autour du bar comme des hyènes autour d'un point d'eau, sauf que le point d'eau est réservé aux femelles et qu'eux doivent payer 25 balles pour un Gin Tonic qui contient plus de glaçons que d'alcool.

Regardez Kevin. Kevin a tout prévu. Il a posé ses clés de Lambo bien en évidence sur le comptoir, juste à côté d'un paquet de cigarettes qu'il ne fume même pas. Il adopte la posture du « riche décontracté », ce qui consiste à avoir l'air d'avoir une scoliose sévère tout en regardant son téléphone avec un air mystérieux. Kevin pense qu'il est le prédateur. Il ne réalise pas qu'il est le sponsor officiel de la soirée. C'est lui, avec son entrée à 30 euros et ses consos hors de prix, qui finance les bulles gratuites des filles qui vont l'ignorer toute la nuit. C'est une forme de redistribution des richesses que même Karl Marx n'aurait pas osé inventer.

La guerre des flûtes commence vraiment vers 21h15. C'est l'Heure de la Soif. La file d'attente au bar ressemble à une évacuation d'urgence lors d'un naufrage, mais avec plus de paillettes. Les coudes s'aiguisent. Les regards se font assassins. Une fille en robe moulante vient de doubler une autre fille en robe encore plus moulante. Le crime ? Elle a pris les deux dernières flûtes du plateau. Dans ses yeux, on peut lire la déclaration de guerre : « Touche à mon Prosecco, et je t'étrangle avec tes extensions capillaires. »

Le barman, lui, est un dieu cynique. Il verse ce liquide jaune pisse avec le flegme d'un employé de pompes funèbres. Il sait que ce Prosecco vient d'un cubi de 20 litres caché sous le comptoir, le genre de truc qu'on utilise normalement pour décaper les coques de bateaux. Mais qu'importe le flacon, pourvu qu'on ait l'Instagram. Car c'est là le cœur du conflit : la photo.

Vous avez déjà vu une femme essayer de prendre un selfie avec une flûte de Prosecco alors qu'elle est bousculée par 40 autres personnes ? C'est de l'art. C'est du Cirque du Soleil. Elle doit cambrer le dos à 45 degrés, aspirer ses joues pour simuler des

pommettes qu'elle n'a pas, et brandir son verre avec une grâce factice, tout en ignorant la sueur qui perle sur son front. Le but est de faire croire au reste du monde (ou du moins à ses 426 abonnés) qu'elle mène une vie d'héritière monégasque, alors qu'en réalité, elle devra prendre le dernier bus de nuit et manger des pâtes au beurre jusqu'à la fin du mois.

Pendant ce temps, les hommes tentent des percées.

— « Salut, j'adore tes chaussures, c'est du Louboutin ? » lance un spécimen dont le t-shirt est si serré qu'on peut lire son groupe sanguin à travers le tissu.

La cible ne tourne même pas la tête. Elle finit son verre d'un trait, repose la flûte vide sur le comptoir et lance un « Merci » glacial avant de se replier vers le centre de la piste de danse, zone protégée par le Cercle Sacré des Copines.

C'est le moment où l'espoir commence à se fissurer. L'homme réalise que la Lamborghini de location garée en double file dehors ne lui donne aucun droit de cuissage sur le stock de Prosecco. Il se retrouve seul avec son logo, sa solitude et sa facture de parking. Il regarde sa montre — une fausse Rolex qui retarde de quatre minutes — et attend 22h.

À 22h, le sifflet final retentit. L'open bar est fermé. C'est l'armistice.

Soudain, l'atmosphère change. Les flûtes gratuites disparaissent. Le silence se fait (enfin, autant que possible avec un remix techno de « Freed from Desire » à 120 décibels). Les femmes, soudainement déshydratées par l'arrêt de la gratuité, se tournent vers les hommes. Le marché boursier de la séduction vient d'ouvrir ses portes. Maintenant que le Prosecco n'est plus offert par la maison, il doit être offert par quelqu'un d'autre.

C'est la phase deux de la guerre : la Négociation.

C'est ici que le talent de Kevin entre en jeu. Il doit choisir entre garder son argent pour payer l'essence du retour (parce qu'une Lambo, ça consomme plus qu'une équipe de rugby en troisième mi-temps) ou investir dans un « vrai » champagne pour

espérer décrocher un numéro de téléphone qui sera probablement faux.

« On est des poèmes écrits en Comic Sans MS sur du papier doré », disais-je l'autre jour. Eh bien, le Ladies Night est le moment où l'encre commence à baver. Sous les néons violets, le maquillage coule, les vestes de costume en polyester font transpirer, et le vernis social s'écaille. On réalise que tout cela n'est qu'une immense mise en scène où personne ne gagne vraiment. Les filles ont mal aux pieds, les gars ont mal au portefeuille, et le seul qui sourit, c'est le patron de la boîte qui compte ses liasses en pensant à sa prochaine villa à Marrakech.

Mais on y retourne. On y retournera tous. Pourquoi ? Parce que la solitude est une zone aride que même un moteur de 600 chevaux ne peut pas traverser sans une escale. On préfère se battre pour une flûte de mauvais mousseux et un espoir de contact humain, même griffé, même faux, même temporaire.

À la fin de la nuit, quand les lumières de service s'allument brutalement — révélant que le tapis est collant, que les murs sont défraîchis et que la "Cindy" a en fait des taches de sauce kebab sur son top en satin — on sort dans l'air frais du matin. On remonte dans la voiture de location. On sent l'odeur du plastique neuf et de l'échec.

On regarde son reflet dans le rétroviseur. On réajuste son col. On se dit que la semaine prochaine, on essaiera une autre boîte. Une boîte où, peut-être, le Prosecco aura un goût de vérité. Mais on sait que c'est un mensonge. Un beau mensonge en cuir monogrammé.

Après tout, survivre à une guerre des flûtes, c'est déjà une victoire. On n'a peut-être pas trouvé l'amour, mais on a encore assez de batterie sur l'iPhone pour commander un Uber. Et dans notre monde actuel, c'est ce qui se rapproche le plus d'une fin heureuse. Vivement jeudi prochain. Préparez vos boucliers, la cargaison de bulles arrive.

Chapitre 5

L'Art de la Yacht-Thérapie

Le soleil de la Côte d'Azur a cette particularité unique : il ne tape pas plus fort qu'ailleurs, mais il coûte beaucoup plus cher. Une fois que vous avez épuisé les charmes de la Lamborghini de location — dont le moteur fait un bruit de fin du monde mais dont l'habitacle sent étrangement le sapin désodorisant « Forêt Noire » et le désespoir — il ne reste qu'une seule frontière à franchir pour parachever votre transformation en mirage social : la mer.

Bienvenue dans l'univers de la Yacht-Thérapie. C'est ici que l'on sépare les hommes des enfants, et les véritables milliardaires des intermittents de l'illusion. Mais attention, posséder un yacht de 30 mètres réclame soit un compte en banque aux Bahamas, soit une maîtrise absolue de la logistique occulte sur WhatsApp. Car la vérité, celle que l'on ne poste jamais en story avec le filtre « Golden Hour », c'est que ce navire, le **Majesty of the Seas** (qui s'appelle en réalité le **Bernadette III** sur les papiers officiels), n'est à vous que pour les huit prochaines heures. Et il appartient également à quatorze autres types qui, comme vous, ont cliqué sur un lien de paiement sécurisé intitulé « Pack VIP Riviera – No Refunds ».

L'art de la Yacht-Thérapie repose sur un paradoxe fondamental : vous devez avoir l'air d'être le seul maître à bord tout en ignorant cordialement les treize autres « copropriétaires » qui essaient simultanément de prendre la même photo au même endroit avec le même verre de rosé tiède.

Le premier pilier de cette discipline, c'est la gestion du groupe WhatsApp. Ce groupe, c'est votre salle de guerre. Il s'appelle généralement « LÉGENDES DE ST-TROP 2024 » ou « LUXURY MOOD ONLY ». C'est là que se décide le destin de votre

dignité. La règle d'or ? Ne jamais, au grand jamais, saluer ses coreligionnaires sur le quai. Quand vous arrivez devant la passerelle, vous devez traiter les quatorze autres inconnus comme s'ils étaient des membres d'équipage particulièrement mal habillés ou des invités de dernière minute que votre assistante (fictive) a dû accepter pour des raisons diplomatiques nébuleuses. Si Kevin, qui travaille dans la logistique de palettes à Melun, vous fait un signe de tête complice parce que vous avez partagé les frais de location, foudroyez-le du regard. Vous n'êtes pas des amis. Vous êtes des partenaires d'escroquerie visuelle, et le silence est le premier des luxes.

Une fois à bord, la phase de marquage de territoire commence. Un yacht de 30 mètres paraît immense sur la brochure de l'agence, mais dès qu'on y injecte quinze mâles alpha en quête de validation numérique, il devient plus étroit qu'un couloir de métro aux heures de pointe. La Yacht-Thérapie exige une occupation stratégique de l'espace. Il vous faut le « Sunpad » avant. C'est là que se prennent les photos qui disent au monde : « Je contemple mon empire », alors que vous vérifiez juste si vous avez encore assez de data pour uploader votre vidéo.

Le problème, c'est que les quatorze autres ont la même stratégie. On assiste alors à un ballet silencieux et passif-agressif. On pose sa serviette de bain — une serviette discrètement volée à l'hôtel la veille — sur le transat le plus en vue. On s'installe avec une assurance feinte. On porte des lunettes de soleil si sombres qu'on ne voit plus la mer, mais l'important est que personne ne puisse lire la panique dans vos yeux quand le capitaine demande qui veut payer le supplément pour le carburant.

À ce propos, le Capitaine. Parlons-en. Le Capitaine est le seul être humain sur ce bateau qui détient le pouvoir de détruire votre vie. Il sait. Il sait que vous avez payé votre part en trois fois sans frais. Il sait que votre montre est une réplique si parfaite qu'elle s'arrête dès qu'il y a trop d'humidité. Il vous regarde avec le mépris souverain de celui qui a vu passer des centaines de types comme vous, des aventuriers de la location à la journée. Pour réussir votre Yacht-Thérapie, vous devez traiter le Capitaine comme un vieil employé de la famille. Dites-lui des choses comme : «

Alors, Jean-Pierre, la révision des moteurs a été faite depuis mon dernier passage ? » Il ne s'appelle pas Jean-Pierre, il s'appelle Marek, et il va vous répondre par un grognement qui signifie : « Touche pas aux commandes ou je te balance aux requins ». Traduisez ce grognement par un sourire entendu à l'adresse de votre audience imaginaire sur Instagram.

Le moment critique de la journée survient vers 14 heures : le déjeuner. Dans la vraie vie de milliardaire, un chef prépare des sashimis de thon rouge pêché à la main par des moines aveugles. Dans la Yacht-Thérapie de groupe WhatsApp, on sort les sacs de courses du supermarché local. C'est ici que le vernis craque. Rien ne hurle plus « j'ai loué ce bateau avec 14 inconnus » que de voir quinze types manger des chips à même le paquet et se disputer pour savoir à qui appartient le dernier sandwich triangle au thon-mayonnaise.

La technique de survie consiste à isoler votre nourriture. Ne participez pas au buffet commun. Allez manger seul sur le pont arrière, en regardant l'horizon d'un air mélancolique, comme si vous étiez préoccupé par la chute du cours de l'étain à la bourse de Hong Kong, alors que vous essayez simplement de ne pas laisser tomber de miettes de pain de mie sur le teck, car la caution est de 5 000 euros et vous n'avez que 42 euros sur votre compte Revolut.

La Yacht-Thérapie, c'est aussi l'art du cadrage. Sur vos photos, le yacht doit avoir l'air désert. C'est une performance athlétique. Vous devez attendre que Kevin (toujours lui) aille uriner et que les trois influenceurs en herbe soient occupés à se badigeonner d'huile de monoï à l'arrière pour capturer ces 12 centimètres carrés de pont qui ont l'air exclusifs. C'est le « Crop de la Liberté ». En coupant soigneusement le bras poilu de votre voisin de droite et le sac de sport en nylon de votre voisin de gauche, vous créez une réalité alternative où vous êtes seul, puissant, et incroyablement serein.

Le climax de cette mascarade est le retour au port. C'est le moment où l'illusion doit

être maintenue coûte que coûte alors que les passants sur le quai vous observent. Le monde vous regarde descendre. C'est là qu'il faut être magistral. On ne descend pas d'un yacht en portant ses sacs poubelles (contenant les cadavres de bières tièdes). On les laisse discrètement dans un coin pour que le pauvre Marek s'en occupe, et on descend les mains dans les poches de son bermuda en lin (froissé, c'est plus authentique).

On lance un dernier regard au navire, un regard de propriétaire fatigué par tant de responsabilités, et on s'éloigne vers le parking. On évite de regarder les quatorze autres qui s'égaillent dans la nature comme des cafards après l'extinction des feux. On remonte dans la Lamborghini de location. On sent à nouveau cette odeur de plastique et d'échec, mais avec une pointe de sel marin en plus.

On regarde son téléphone. Les notifications explosent. « Wow, la belle vie ! », « Tu te mets bien ! », « C'est ton nouveau jouet ? ». On sourit. La thérapie a fonctionné. On a menti à la terre entière, mais surtout, on a réussi à se mentir à soi-même pendant huit heures. Et dans ce monde de brutes, c'est tout ce qui compte.

Demain, on rend la voiture. Demain, on reprend le RER. Mais pour l'instant, on est encore un loup de mer. On ouvre l'application WhatsApp. On voit un message dans le groupe : « Les gars, pour le jet-ski la semaine prochaine, on est 22, ça fait 12 euros par personne. Qui est chaud ? ».

On ne répond pas tout de suite. Un propriétaire de yacht ne répond jamais tout de suite. C'est la base. On attend au moins dix minutes. Le temps de commander un kebab et de vérifier si le chèque de caution a bien été annulé. Vive la mer, vive le vent, et vive le partage de connexion.

Chapitre 6

Le Maquillage Waterproof face au Sirocco

Il fait quarante-huit degrés à l'ombre d'un palmier en plastique, et l'air a la consistance d'une soupe miso oubliée sur un radiateur. À Dubaï, l'humidité n'est pas un concept météorologique, c'est une agression physique caractérisée. C'est un mur de vapeur qui vous tombe dessus dès que vous quittez l'habitacle climatisé de la Lamborghini, vous rappelant instantanément que l'être humain n'est composé qu'à 70 % d'eau, mais qu'à 100 % de vanité.

C'est ici, entre un centre commercial démesuré et une marina remplie de yachts qui ne naviguent jamais, que se joue la plus grande tragédie de notre siècle : la survie du maquillage waterproof face au Sirocco.

Mesdames, messieurs, parlons-en. Nous admirons les explorateurs qui traversent l'Antarctique, nous saluons le courage des pompiers, mais qui rend hommage à ces guerrières du pinceau qui, par 95 % d'humidité, tentent de maintenir un contouring digne de la famille Kardashian ? Personne. Et c'est une injustice. On parle d'un effort de guerre. On parle de femmes qui appliquent sept couches de fixateur avec la ferveur d'un maçon qui colmate les brèches d'un barrage en train de céder.

Le problème de Dubaï, c'est que la ville a été conçue pour les filtres Instagram, mais que la nature, cette grande rabat-joie, a décidé que le climat ressemblerait à l'intérieur d'un lave-vaisselle en fin de cycle.

Quand vous sortez de la voiture de location — celle qui coûte votre PEL par tranche de six heures — le choc thermique est brutal. Votre visage, cette œuvre d'art minutieusement sculptée pendant deux heures devant le miroir de l'hôtel (avec l'aide

précieuse d'un éclairage ring-light et d'un espresso serré), commence sa mutation. C'est à cet instant précis que le « waterproof » devient un mensonge marketing aussi grossier qu'un chèque sans provision.

Le « waterproof », sur l'étiquette, ça veut dire que vous pouvez pleurer à un mariage ou tomber dans une piscine. Ça ne veut pas dire que vous pouvez affronter un vent de sable chaud qui transforme votre fond de teint en ciment à prise rapide.

Observez le phénomène. C'est fascinant. Sous l'effet combiné de la sueur et de la chaleur atmosphérique, la loi de la gravité reprend ses droits sur l'esthétique. Votre nez, que vous aviez affiné grâce à un jeu d'ombres digne du Caravage, commence à s'élargir. Le bronzer, censé vous donner l'air d'avoir passé deux semaines sur un voilier aux Maldives, décide de se faire la malle vers votre menton. En moins de dix minutes, vous n'êtes plus une influenceuse en pleine ascension : vous êtes un tableau de Salvador Dalí pendant sa période la plus dépressive. Vos pommettes coulent, votre regard charbonneux se transforme en deux ronds de suie de cheminée, et votre bouche « matte longue tenue » ressemble à une flaque de pétrole sur un parking de supermarché.

C'est la persistance de la mémoire, mais version Sephora. La montre molle de Dalí ? C'est votre paupière gauche.

Et pourtant, l'héroïsme est là. Car la femme moderne ne renonce pas. Elle sait que pour chaque seconde d'exposition au Sirocco, elle perd environ 12 euros de produits cosmétiques qui s'évaporent ou mutent en boue argileuse. Mais elle tient. Elle se tient droite devant la Lamborghini, le regard fixe (ou du moins l'œil droit, le gauche étant collé par un cil postiche qui a décidé de vivre sa propre vie).

Elle attend le « clic » du photographe. C'est une course contre la montre. Il faut déclencher l'obturateur avant que l'highlighter ne transforme son front en miroir parabolique capable d'aveugler les pilotes de ligne de la compagnie Emirates.

Le photographe, souvent un petit ami épuisé ou un « assistant » payé en visibilité, hurle : « Bouge pas ! La lumière est dingue ! ». La vérité, c'est que la lumière est dingue parce qu'elle rebondit sur les molécules de sueur qui saturent l'air. On n'est pas sur un shooting de mode, on est sur une expertise de sinistre après inondation.

Dans la Lamborghini, on se sentait comme une reine. On avait la clim sur 16 degrés, le cuir des sièges nous caressait les cuisses (enfin, il nous collait un peu à cause de la crème solaire, mais on appelait ça du « glow »), et le monde nous appartenait. Mais le Sirocco, lui, n'en a rien à faire de votre contrat de location. Le vent de sable, c'est le grand égalisateur. Il se fiche que vous soyez en Gucci ou en Zara. Il va vous sabler le visage avec la même ferveur qu'un ouvrier décapant une vieille coque de bateau.

Et c'est là que le génie humain intervient. Pour contrer la fonte des glaces faciale, on a inventé la « technique du baking ». Pour ceux qui ne sont pas familiers avec le jargon, le baking consiste à s'étaler une quantité industrielle de poudre libre sous les yeux pour « fixer » le tout. À Dubaï, par 40 degrés, le baking porte bien son nom : on finit littéralement par cuire. On ne se maquille plus, on se panure. On devient une sorte de nugget humain, haut de gamme, prêt à être servi sur un plateau d'argent au milieu du désert.

Le plus beau, c'est la solidarité féminine dans ces moments-là. Dans les toilettes du Dubai Mall, on assiste à des scènes de réanimation digne d'Urgences. Des femmes qui ne se connaissent pas s'échangent des buvards anti-sébum comme des résistants s'échangeraient des munitions dans le maquis.

« Tiens, prends ma poudre compacte, la tienne a cristallisé. »

« Merci, tu me sauves, mon contouring est en train de se mélanger à mon blush, j'ai l'air d'avoir une allergie aux crustacés. »

C'est ça, la vraie vie des Loups de Mer de la jet-set. Ce n'est pas le champagne tiède ou les photos sur le pont d'un yacht qui tanguent. C'est la lutte acharnée pour rester

présentable quand votre corps essaie de redevenir un mammifère marin liquide.

On remonte dans la Lamborghini. On remet la clim à fond. On vérifie le résultat sur le téléphone. Miracle de la technologie : le grain de peau est lissé, les cernes ont disparu, et le décor brille de mille feux. Sur l'écran, on est une déesse. Dans le rétroviseur, on ressemble à un clown qui aurait fait un marathon dans un sauna. Mais quelle importance ?

La réalité n'est qu'une suggestion, une base de travail que l'on édite à coups de curseurs de saturation. Le Sirocco a peut-être gagné la bataille de l'épiderme, mais nous avons gagné la guerre de l'image.

On reprend la route. Le moteur vrombit. Le vent souffle toujours dehors, emportant avec lui quelques particules de mascara « waterproof » qui finiront peut-être leur course dans le Golfe Persique, créant une nouvelle espèce de poissons avec un regard de biche. On sourit intérieurement. On sait que dans une heure, on rendra les clés. On sait que ce soir, après avoir frotté son visage avec trois litres de lait démaquillant pour enlever la croûte de sable et de pigments, on retrouvera sa vraie peau. Une peau un peu rouge, un peu fatiguée, mais qui a survécu à l'enfer de Dubaï.

On regarde son téléphone une dernière fois. Le message du groupe WhatsApp pour le jet-ski à 12 euros est toujours là. On imagine déjà le carnage capillaire. L'eau salée, le vent, le gilet de sauvetage qui écrase la poitrine... L'horreur esthétique absolue. On tape enfin une réponse :

« Désolée les gars, je peux pas. J'ai un shooting avec un magazine italien. Le luxe, c'est aussi savoir dire non au low-cost. »

On pose le téléphone. On ajuste ses lunettes de soleil (format XXL, pour cacher les dégâts irréparables autour des yeux). On se sent héroïque. On est une survivante du maquillage extrême. On est prête à affronter n'importe quoi. Même le RER B de demain matin. Parce qu'après avoir survécu à une fonte de contouring par 50 degrés,

plus rien, absolument plus rien, ne peut nous briser. Vive la frime, vive le silicone, et vive le mode "Portrait".

Chapitre 7

Dîner au Sommet, Crédit au Sous-sol

L'ascenseur de la Burj Khalifa, c'est un peu comme une capsule SpaceX, mais avec de la musique lounge et des gens qui sentent beaucoup trop le oud synthétique. On monte. On monte tellement haut que mes tympanes ont fini par demander l'asile politique à mon cerveau. À l'étage 122, l'air est plus rare, les ego sont plus denses et mon compte en banque, lui, vient de faire une attaque cardiaque préventive en sentant la proximité immédiate de la moquette de chez *Atmosphere*.

On entre dans la salle. Le décor est d'un chic à vous donner envie de vous excuser d'exister. Les baies vitrées s'ouvrent sur un vide si vertigineux que même ma dignité refuse de regarder en bas. Ici, on ne s'assoit pas, on « s'installe dans une expérience ». J'ajuste mon sac (un vrai faux, ou un faux vrai, à ce stade de fatigue oculaire, même le cuir ne sait plus qui il est) et je prends la pose « Je viens ici tous les mardis pour réfléchir à mes investissements en cryptomonnaies ».

Le serveur arrive. Il s'appelle probablement Vladimir ou Jean-Eudes, il porte un costume qui coûte le prix de mon premier studio à Créteil et il me regarde avec cette politesse glaciale propre aux gens qui savent lire un solde bancaire à travers une coque d'iPhone 12 fissurée.

Il me tend la carte. Ce n'est pas un menu, c'est un testament.

Je parcours les lignes. Tartare de thon aux larmes de sirène : 85 euros. Risotto aux copeaux d'or 24 carats (parce que c'est bien connu, le métal précieux, ça facilite le transit) : 110 euros. Et là, je la vois. Ma bouée de sauvetage. Mon ticket pour la gloire numérique : la Salade César « Signature ».

Soixante euros.

Soixante. Euros.

Pour ce prix-là, j'espère que le poulet a été massé par un moine tibétain et que la laitue a été arrosée à l'eau bénite. Mais soyons honnêtes, je ne paie pas pour des fibres. Je paie pour le droit d'occuper deux mètres carrés de marbre à 442 mètres d'altitude pendant quarante-cinq minutes. Je paie le droit de poser mon téléphone sur la nappe en lin et de faire croire à 423 abonnés (dont la moitié sont des bots turcs et l'autre mon ex) que ma vie est une publicité pour une banque privée suisse.

« Je vais prendre la salade, Jean-Eudes. Et une eau minérale. »

« Gazeuse ou plate, Mademoiselle ? »

« Plate. Comme mon électroencéphalogramme quand je recevrai la notification de ma banque. »

Il s'en va. C'est le moment. Le rituel peut commencer.

D'abord, le check-up du champ de vision. Il y a un reflet sur la vitre. C'est inacceptable. On ne peut pas poster une story avec le reflet d'un touriste allemand en sandales-chaussettes qui mange un club sandwich derrière moi. Je déplace légèrement mon verre d'eau. Je réajuste mes lunettes XXL. Je sors l'artillerie lourde : le mode "Portrait".

Vous savez, ce mode qui floute tout ce qui n'est pas assez riche pour être net.

Je prends la première photo. La vue est incroyable. On voit tout Dubaï. On voit les îles artificielles en forme de palmier, on voit le désert qui essaie de reprendre ses droits, et si on plisse vraiment les yeux, on peut voir mon découvert bancaire qui me fait coucou depuis le terminal de l'aéroport.

La salade arrive. C'est un monument au minimalisme. Trois feuilles de romaine qui se battent en duel, une sauce si blanche qu'on dirait du Tip-Ex de luxe, et des croûtons taillés avec la précision d'un diamant de chez Cartier.

Je ne mange pas. Pas encore. Ce serait un sacrilège. On ne mange pas une salade à 60

euros, on la documente. C'est une pièce à conviction.

Clic. Clic. Sous différents angles. Je penche la tête, je fais semblant de regarder l'horizon avec mélancolie, comme si je me demandais si j'allais racheter Twitter ou simplement m'acheter une île.

Légende Instagram suggérée : "Lunch with a view. Perspective is everything. Blessed LuxuryLiving HighLife NoFilter (en fait si, trois filtres et une retouche de la mâchoire)".

Le problème, c'est qu'au bout de vingt minutes de shooting, la sauce César commence à ressembler à de la colle à tapisserie et le poulet a pris la température ambiante de la climatisation réglée sur « Pôle Nord ». Mais qu'importe le goût ! Est-ce que les gens sur Instagram sentent le croquant de la laitue ? Non. Ils voient la hauteur. Ils voient le prestige. Ils voient que je suis « en haut ».

C'est là que le doute s'installe. Une petite voix dans ma tête, celle qui a encore un peu de sens commun (elle habite probablement au sous-sol de mon inconscient, près de la cave), me murmure : « Meuf, t'es en train de dépenser le prix d'un plein de Clio pour manger de l'herbe assaisonnée, tout ça pour impressionner des gens que tu n'aimes pas et qui s'en foutent. »

Je fais taire cette voix avec une gorgée d'eau à 12 euros.

Soudain, mon téléphone vibre. C'est une alerte de mon application bancaire.

« Solde insuffisant pour l'opération en cours. »

Mon cœur rate un battement. Pas maintenant. Pas ici. Pas devant Jean-Eudes qui surveille la salle comme un sniper d'élite. Je vérifie frénétiquement. Ah, non, c'est juste le prélèvement automatique de ma salle de sport où je ne mets jamais les pieds. Ouf. Je suis sauvée. Je peux finir ma salade à 5 euros la bouchée.

Je commence enfin à manger. C'est... vert. C'est très vert. C'est d'une neutralité gustative absolument fascinante. C'est le goût du vide. C'est le goût de la vanité

mélangée à un soupçon de parmesan. Chaque coup de fourchette me rappelle que demain, je serai dans le RER B.

Demain, l'odeur du oud sera remplacée par celle de la sueur matinale et du sandwich triangle thon-mayo.

Demain, la vue sur le golfe Persique sera remplacée par la vue sur les tags de la gare du Nord.

Mais ce soir, je suis une reine. Une reine de location, certes, mais une reine quand même.

Je demande l'addition. Vladimir m'apporte une petite pochette en cuir. À l'intérieur, le ticket de caisse. 72 euros (salade + eau + taxe "on vous a vu prendre 150 photos"). Je sors ma carte bleue. Elle est un peu rayée, elle a un air fatigué, elle a l'air de vouloir me dire « S'il te plaît, rends-moi ma liberté ».

Le terminal arrive. Le moment de vérité. Le "Processing...". Ces trois secondes où l'on se demande si le serveur va appeler la sécurité ou si la magie du crédit va encore opérer.

Bip.

Accordé.

La transaction est passée. Je respire. Je n'aurai pas à faire la plonge à 400 mètres de haut.

Je me lève, j'ajuste mes lunettes, et je sors avec la démarche d'une femme qui possède l'immeuble. En traversant le hall, je croise une autre fille qui tient son téléphone exactement comme moi, cherchant l'angle parfait pour sa salade. On se regarde. Un regard de reconnaissance. On est dans la même tranchée. On est les soldats de l'apparence, les mercenaires du "like", les survivantes du découvert autorisé.

En redescendant dans l'ascenseur, mes oreilles se bouchent de nouveau. La pression redescend. La réalité aussi. En bas, il fait 45 degrés. Le sable gratte les yeux. La Lamborghini de location m'attend sur le parking, et je sais qu'il ne reste que deux

barres d'essence.

Mais qu'importe. La story est postée.

Et sur la photo, j'ai l'air d'avoir réussi ma vie.

Même si, pour payer le parking, je vais devoir vendre un de mes reins ou, plus radical encore, arrêter d'utiliser des filtres "beauté" pendant une semaine pour économiser de la batterie.

Le luxe, c'est ça : c'est savoir que l'on est au sommet de la tour, tout en étant conscient que si on tombe, on ne touchera pas le sol, on touchera le fond du compte courant. Et franchement, entre les deux, je préfère encore la chute libre. C'est plus photogénique.

Chapitre 8

Le Business Plan de la Romance

On n'appelle plus ça un rencard. Le mot est devenu obsolète, comme le Bluetooth ou l'idée de travailler pour un salaire fixe. Aujourd'hui, on appelle ça un « audit de compatibilité transactionnelle ». Et me voilà, assise en face de Bastien-Emeric — oui, deux prénoms de rois déchus pour le prix d'un — dans un restaurant tellement « in » que le menu ne contient pas de prix, mais des indices boursiers.

Bastien-Emeric n'est pas venu avec des fleurs. Il est venu avec un iPad Pro 12,9 pouces et un stylet chargé à 100 %. Il porte un col roulé noir malgré les 45 degrés extérieurs, parce que le « mindset » de Steve Jobs n'a pas de glandes sudoripares. Il me regarde comme si j'étais une startup en série B qui manque un peu de liquidités, mais avec un fort potentiel de « scaling ».

— « Alors, j'ai analysé ton profil Instagram avant de venir, » commence-t-il sans même me demander si ma journée s'est bien passée. « Ton taux d'engagement est propre, mais ton reach organique stagne sur le segment des 25-35 ans. On va devoir pivoter sur la stratégie de contenu si on veut que notre couple soit rentable au troisième trimestre. »

J'avale une gorgée de mon cocktail à 28 euros, qui contient plus d'azote liquide que d'alcool, et je me demande à quel moment la romance a été rachetée par une boîte de conseil en stratégie. Dans mon sac, ma carte bleue est en train de faire une crise de panique, mais mon visage, lui, reste parfaitement lissé par les filtres de la vie réelle.

— « Bastien-Emeric, » je l'interromps avec mon plus beau sourire de "Business Angel" en pleine descente de coke, « est-ce qu'on est en train de commander des

entrées ou est-ce que tu es en train de me proposer une fusion-acquisition ? »

Il ne sourit pas. Les entrepreneurs à succès ne sourient pas, ils « valident des étapes ».

— « Écoute, l'amour, c'est un goulot d'étranglement, » me lance-t-il en ouvrant un fichier Keynote intitulé *PROJET_SYNERGIE_COEURS_V3_FINAL*. « Si on ne définit pas les KPI (Key Performance Indicators) dès le départ, on va perdre un temps fou en maintenance émotionnelle. Et le temps, c'est de la crypto. »

Il fait glisser une slide. C'est un graphique en camembert. Je suis officiellement en train de dater un PowerPoint vivant.

— « Voici mon offre de valeur, » continue-t-il, imperturbable. « Je t'apporte une visibilité accrue sur le segment 'Luxe & Lifestyle', un accès à des rooftops VIP où le champagne est gratuit si on poste trois stories entre 19h et 21h, et une Lamborghini de location partagée pour optimiser les coûts fixes. En échange, j'attends de toi une croissance de 15 % de mes followers par mois via des apparitions en 'guest star' sur tes Reels. On appelle ça le 'Cross-Pollination' amoureux. »

Public, vous riez ? Moi aussi, j'ai failli m'étouffer avec ma chips de chou kale à la truffe. Mais le pire, c'est que dans ma tête, une petite voix de mercenaire du "like" est en train de faire les calculs. *Si je me mets avec lui, je peux diviser les frais de leasing de la Lambo par deux. Je pourrais peut-être même garder mes deux reins.* La romance moderne, c'est cette zone grise où le cœur bat la chamade uniquement parce que le terminal de paiement a mis plus de trois secondes à afficher « Paiement Accepté ».

Bastien-Emeric tapote son stylet sur la table, au rythme d'une horloge suisse qui compterait des dollars.

— « Parlons du tunnel de conversion, » ajoute-t-il en zoomant sur une pyramide inversée. « Premier rendez-vous : validation du "product-market fit". Deuxième rendez-vous : test A/B sur l'alchimie physique. Si le ROI est positif, on passe à l'étape de l'officialisation sur LinkedIn. »

— « Sur LinkedIn ? » m'étouffé-je. « On ne poste pas son couple sur LinkedIn ! »

— « Pourquoi pas ? Un couple, c'est une joint-venture. C'est la preuve d'une bonne gestion de projet. "Très heureux d'annoncer mon partenariat exclusif avec @Moi-Même pour les 6 prochains mois (renouvelables selon performances)". Ça rassure les investisseurs. »

C'est là que je réalise que le dropshipping a gagné. On ne vend plus des coques d'iPhone fabriquées à Shenzhen, on vend nos propres battements de cœur avec une marge de 400 %. Bastien-Emeric n'est pas un homme, c'est un entonnoir de vente. Il ne veut pas m'embrasser, il veut convertir mon attention en capital sympathie.

Le plat arrive. C'est une émulsion de quelque chose sur un lit de rien du tout. Bastien-Emeric sort son téléphone, ajuste la lumière, déplace mon verre de trois millimètres vers la gauche pour respecter la règle des tiers, et prend seize photos. Le plat refroidit. La passion aussi. Mais la photo est magnifique. On dirait qu'on s'aime. On dirait qu'on est riches. On dirait qu'on a un sens à nos vies.

— « Tu ne manges pas ? » je demande.

— « J'ai déjà pris la photo, la valeur nutritionnelle est secondaire par rapport à la valeur esthétique, » répond-il sans ironie. « D'ailleurs, concernant ton personal branding... j'ai remarqué que tu portais souvent les mêmes chaussures dans tes trois dernières publications. C'est un 'red flag' budgétaire, ça. On ne peut pas lever des fonds pour notre premier voyage à Bali si on a l'air de porter du prêt-à-porter de l'année dernière. »

L'humiliation est totale, mais elle est enrobée dans un jargon tellement disruptif que j'ai presque envie de m'excuser. C'est ça, la magie de Dubaï. Tu te sens pauvre même quand tu dépenses l'argent que tu n'as pas.

— « Et le sexe ? » je demande, juste pour voir s'il y a une slide prévue pour ça.

Bastien-Emeric soupire, comme si je venais de poser une question sur l'imprimerie papier à une conférence sur le Web3.

— « Le sexe, c'est de l'externalisation d'endorphines, » dit-il en consultant son calendrier Outlook. « On peut caler des slots de 20 minutes le mardi et le jeudi, en mode "Lean Management". Le but est d'atteindre l'orgasme avec un minimum de ressources énergétiques engagées. On reste focus sur l'objectif : avoir l'air reposés sur les selfies du lendemain matin. »

À ce stade, je ne sais plus si je dois appeler un psychologue ou un courtier en bourse. Bastien-Emeric est le produit final d'une société qui a confondu le bonheur avec un tableau Excel. Et le pire, c'est que je suis assise là, à hocher la tête, parce que la Lamborghini sur le parking a besoin d'essence et que Bastien-Emeric a l'air d'avoir une carte "Gold" qui ne tremble pas au moment de l'addition.

— « Bon, passons à l'étape de l'exit strategy, » dit-il en rangeant son iPad. « Si au bout de trois mois, notre croissance organique ne nous permet pas d'obtenir un partenariat avec un hôtel 5 étoiles, on liquide la relation. Pas de sentiments, pas de drama. On se ghoste mutuellement après avoir publié un communiqué de presse commun expliquant qu'on souhaite 'explorer des opportunités différentes'. C'est propre. C'est pro. »

Il me regarde, attendant ma signature invisible au bas de son contrat imaginaire.

C'est le moment où, dans les films, l'héroïne jette son verre au visage du connard et s'en va sous la pluie vers une vie de simplicité et d'amour vrai. Mais ici, il ne pleut jamais. Ici, la pluie est commandée par drones quand le gouvernement décide que le ciel fait un burn-out. Et moi, je n'ai plus assez de batterie sur mon téléphone pour commander un Uber.

Alors, j'ajuste mon décolleté, je prends ma voix la plus "Corporate" et je réponds :

— « Je propose une période d'essai de quinze jours avec une clause de revoyure sur les frais de restaurant. Et je veux un droit de regard exclusif sur le choix des filtres pour nos photos de couple. On n'utilise pas de 'Sepia', Bastien-Emeric. Je ne suis pas une marque de luxe en faillite. »

Il sourit. Enfin, il affiche une expression qui signifie que le deal est en cours de validation.

— « J'aime ton agressivité commerciale, » dit-il en faisant signe au serveur de nous apporter l'addition.

C'est là que le test ultime arrive. Le moment de vérité. L'addition est déposée sur la table comme une grenade dégoupillée. Bastien-Emeric ne regarde même pas le montant. Il sort sa carte avec une assurance de PDG du CAC 40.

Le terminal arrive. Il insère la carte. On retient notre souffle. Le serveur regarde l'écran. Bastien-Emeric regarde le serveur. Je regarde la Lamborghini par la fenêtre, en me demandant si je vais devoir rentrer à pied dans le désert en talons de douze centimètres.

« Paiement Refusé ».

Un silence s'installe. Un silence plus lourd qu'un audit fiscal. Bastien-Emeric ne se

démonte pas. Il réajuste son col roulé.

— « C'est un problème de flux de trésorerie passager, » explique-t-il calmement. « Mes avoirs sont bloqués en staking sur la blockchain. C'est un test de résilience de la banque, ils n'ont pas l'habitude de gérer des profils à haute valeur ajoutée comme le mien. »

Il se tourne vers moi avec un regard qui ne brille pas d'amour, mais d'un besoin urgent de « levée de fonds d'amorçage ».

— « Tu pourrais 'avancer' l'investissement ? Je te rembourse dès que mon nœud Ethereum est débloqué. On peut noter ça comme une dette convertible dans notre business plan de couple. »

Je regarde l'addition. 420 euros. Le prix de ma dignité, ou d'un plein d'essence pour la Lamborghini de location. Je réalise alors que le luxe, ce n'est pas d'avoir un business plan pour sa vie amoureuse. Le luxe, c'est d'avoir assez de liquide pour ne pas avoir à transformer son premier rendez-vous en épisode de *Shark Tank*.

Je sors ma carte. Elle est déjà rouge écarlate de honte, mais elle passe. Dans ce monde d'apparences, le premier qui craque a perdu, et moi, je compte bien rester dans la course, même si je dois manger des cailloux jusqu'en 2027.

— « C'est noté, Bastien-Emeric, » je dis en récupérant le ticket. « Mais considère que je viens de prendre 51 % des parts de notre relation. À partir de maintenant, c'est moi qui choisis les hashtags. Et on commence par FauchésMaisStylés. »

Il hoche la tête. On sort du restaurant, bras dessus bras dessous, deux entrepreneurs du vide prêts à conquérir le monde, ou du moins à trouver un parking gratuit pour la Lambo. On est les soldats de l'apparence. On ne s'aime pas, on se co-market. Et franchement, dans cette économie, c'est ce qui ressemble le plus à de la fidélité.

Chapitre 9

La Chirurgie de l'Âme (et du Nez)

On franchit le seuil du « Néon-Narcisse », un bar où l'obscurité est tellement travaillée qu'on dirait qu'ils ont embauché le chef opérateur de *Batman* pour masquer les cernes des clients. À peine entrés, je suis frappée par une évidence statistique qui ferait faire une attaque cardiaque à n'importe quel expert en biodiversité : nous venons de pénétrer dans une ferme d'élevage d'avatars.

Regardez autour de vous. Non, sérieusement, regardez bien.

Si vous aviez un doute sur l'existence d'un complot mondial, oubliez les Illuminati ou les reptiliens. Le vrai complot, il est coréen, il porte une blouse blanche et il possède un abonnement illimité à l'acide hyaluronique. Dans ce bar, il n'y a pas des femmes et des hommes, il y a des versions bêta d'un même logiciel de rendu 3D. C'est la Grande Uniformisation du Désir. On est passé de « l'amour est aveugle » à « l'amour est un copier-coller avec une option filtre sépia ».

— « Bastien-Emeric, regarde à dix heures, » je chuchote en ajustant mon sac à main (une contrefaçon si parfaite qu'elle a probablement plus de droits civiques que moi). « Tu vois la fille avec le nez en tremplin de ski et les lèvres qui pourraient servir de bouée de sauvetage en cas de naufrage du Titanic ? »

— « Laquelle ? » demande-t-il, sincèrement perdu. « Il y en a huit. »

Et il a raison. C'est le drame de notre époque : la rareté a disparu. Avant, avoir un « type » de femme ou d'homme, c'était une quête. Aujourd'hui, c'est un catalogue IKEA. On est dans l'ère du visage « Pack Premium ». On a tous les mêmes pommettes saillantes (sculptées au burin de précision à Séoul), le même regard «

Foxy Eyes » (obtenu par une tension de fils crantés qui te donne l'air d'être perpétuellement surprise par une hausse du prix de l'essence), et cette mâchoire si carrée qu'on pourrait s'en servir pour ouvrir des bouteilles de bière artisanale.

C'est fascinant, d'un point de vue sociologique, ou psychiatrique, rayez la mention inutile. On a réussi ce que le communisme n'a jamais pu accomplir : l'égalité absolue par le bas du visage.

Mesdames, messieurs, bienvenue au sommet de l'évolution : l'homo-plasticus.

Je m'accoude au bar, à côté d'une créature qui semble être le résultat d'une fusion nucléaire entre une influenceuse Dubaïote et un filtre Instagram qui aurait pris vie après un pacte avec le diable. Elle me regarde, ou du moins, elle oriente ses globes oculaires vers moi, car ses muscles faciaux ont été neutralisés par une dose de toxine botulique capable d'assommer un troupeau d'éléphants. Elle ne sourit pas. Elle ne peut plus. Le sourire est un luxe que sa peau, tendue comme le tambour d'une machine à laver en plein essorage, ne peut plus se permettre sous peine de déchirure spatio-temporelle.

— « Tu penses qu'ils ont un tarif de groupe ? » je demande à Bastien-Emeric en désignant la rangée de tabourets.

— « De quoi ? »

— « La chirurgie. C'est forcément une offre groupée. "Achetez deux mentons pointus, recevez une ablation des boules de Bichat offerte". C'est pas possible autrement. Ils ont tous le même fournisseur. On dirait une armée de clones envoyée pour séduire des millionnaires en cryptomonnaies qui, de toute façon, ne voient pas la différence parce qu'ils regardent leurs graphiques de Bitcoin. »

C'est là que réside la véritable « Chirurgie de l'Âme ». Parce qu'on ne se refait pas le nez pour mieux respirer — personne ne respire dans ce bar, on inhale de l'arôme de truffe synthétique et du mépris social. On se refait le nez pour que notre âme soit

enfin raccord avec notre feed Instagram. C'est une mise à jour logicielle du narcissisme. Si ton visage ne ressemble pas à un rendu 3D de chez Pixar, est-ce que tu existes vraiment dans le métavers sentimental ?

La réponse est non.

Dans ce bar, l'originalité est une faute de goût. Avoir une bosse sur le nez, c'est comme avoir une rayure sur la carrosserie de la Lambo : ça dévalue l'actif. Et nous sommes tous des actifs. Bastien-Emeric, avec sa mèche savamment décoiffée (huit sprays de laque, j'ai compté), est en train de « networker » avec un type qui ressemble exactement à Bastien-Emeric, mais avec une montre plus grosse. Ils se regardent comme deux modèles identiques de Tesla qui s'échangeraient des données sur une borne de recharge.

— « C'est l'uniformisation du désir, Bastien, » je lui lance alors qu'il revient avec deux cocktails à 28 euros qui goûtent principalement le regret. « On ne veut plus quelqu'un d'unique. On veut quelqu'un de conforme aux standards de l'algorithme. On veut un visage qui ne crée pas de bug visuel quand on scrolle. »

Il me regarde avec ce vide magnifique qui fait son charme.

— « Mais elle est jolie, non ? La fille là-bas ? »

— « Laquelle ? La version 4.2 ou la mise à jour avec l'option lèvres russes ? »

— « Celle avec la robe en latex. »

— « Bastien, il y en a quatre. Elles sont sorties du même moule à gaufres médical. Si tu en embrasses une, tu les as toutes embrassées. C'est l'avantage de la standardisation : c'est comme McDonald's. Peu importe où tu es dans le monde, le Big Mac a le même goût. Ici, le coup de foudre a le même profil de septum. »

C'est le triomphe de la forme sur le fond, mais une forme qui a perdu son identité. À force de vouloir gommer nos défauts, on a gommé l'humanité qui allait avec. On cherche l'âme sœur, mais on finit par trouver une âme sœur-cièrre de la chirurgie

esthétique qui a transformé tout le monde en mannequins de vitrine chez Zara, version luxe.

On est dans un épisode de *Black Mirror* réalisé par un stagiaire de chez L'Oréal sous acide.

Soudain, une femme entre. Elle est... normale. Son nez a une personnalité. Il est un peu trop long, un peu trop présent. Ses lèvres bougent quand elle parle. Elle a des pattes d'oie quand elle rit. Dans ce bar, elle a l'air d'une erreur système. On dirait une Amish qui aurait débarqué par erreur à la Fashion Week.

Le silence se fait presque autour d'elle. Les clones s'arrêtent de siroter leur champagne-piscine. On sent une tension. Est-elle pauvre ? Est-elle une activiste ? Ou pire... est-elle *naturelle* par conviction ?

— « Regarde, » murmure Bastien-Emeric, fasciné. « Elle a... des expressions faciales. C'est quoi ce concept ? »

— « C'est du vintage, Bastien. C'est le "Old Money" de la génétique. Ça revient à la mode, mais c'est risqué. Si tu n'as pas de Botox avant trente ans, la société te considère comme un monument historique en péril. »

On se regarde. Je vois mon reflet dans le miroir derrière le bar. J'ai mon filtre de réalité bien en place, mon maquillage « contouring » qui tente de simuler une chirurgie que je n'ai pas encore les moyens de me payer. Je suis une imposture au milieu des impostures.

— « Bastien-Emeric ? »

— « Oui ? »

— « Si demain je me fais refaire le nez pour ressembler à un petit bouton de rose coréen, tu m'aimeras toujours ? »

Il réfléchit. C'est la première fois que je vois un processus cognitif complexe traverser ses yeux. C'est presque touchant.

— « Ça dépend, » finit-il par dire. « Est-ce que ça améliore notre reach sur TikTok ? »

Je soupire en buvant mon cocktail. C'est ça, l'amour au temps du scalpel. Ce n'est plus une question de cœur, c'est une question d'harmonie faciale. On ne cherche plus une moitié, on cherche une pièce de rechange qui s'emboîte parfaitement dans notre esthétique de vie.

Finalement, la chirurgie de l'âme, c'est l'anesthésie du sentiment. On ne souffre plus de ne pas être aimé pour qui on est, puisqu'on a décidé de devenir quelqu'un d'autre. On est tous les figurants d'un film dont le réalisateur est un chirurgien de Séoul obsédé par la symétrie.

— « Allez, viens, » je dis en l'entraînant vers la sortie. « On s'en va. L'air est trop chargé en silicone ici, j'ai peur de commencer à durcir. »

On sort, on retrouve notre Lambo de location garée entre deux SUV qui ont exactement la même gueule que les clients du bar. Le monde est devenu un immense parking de voitures identiques conduites par des gens identiques qui rêvent tous de la même chose : un angle de vue qui ne révèle pas leur vraie nature.

Je monte côté passager, je vérifie mon profil dans le rétro.

— « Dis, Bastien-Emeric, tu trouves que j'ai le nez qui s'affaisse ? »

— « Non, pourquoi ? »

— « Parce que j'ai vu une pub pour une clinique à Gangnam... "Le nez de l'âme". Ils disent que si ton nez est droit, ta destinée l'est aussi. »

Il démarre le moteur. Le vrombissement de la Lambo couvre nos doutes existentiels.

— « T'inquiète, » dit-il avec un clin d'œil qui manque de précision à cause de la

fatigue. « On n'a pas besoin de destinée. On a un leasing. »

Et au fond, dans cette économie de l'apparence, c'est peut-être la seule vérité qui nous reste. On n'a pas d'âme, on a un budget esthétique. On n'a pas de vie, on a une vitrine. Et tant que le chirurgien a la main sûre, le spectacle peut continuer. SansFiltre (mais avec trois opérations).

Chapitre 10

Le Désert en Filtre Clarendon

Le sable est un traître. Il s'insinue partout : dans les charnières de mes lunettes de soleil en édition limitée, dans les pores de ma peau que j'avais pourtant scellés à l'acide hyaluronique, et surtout dans le mécanisme d'éjection de la carte SIM de Bastien-Emeric. Nous sommes au milieu des dunes, dans un 4x4 de location dont la suspension est si souple qu'on dirait qu'on roule sur le ventre d'un influenceur en période de « bulk ».

— « Tu sens l'énergie, Chloé ? » demande Bastien-Emeric en lâchant le volant pour faire un geste vague vers l'horizon. « C'est le vortex. Le désert, c'est comme une page blanche, mais avec du vent. C'est ici qu'on va trouver notre vérité. »

Sa vérité à lui, pour l'instant, consiste à essayer de capter la 5G pour uploader sa story « Road to Mindfulness ». Moi, je regarde l'immensité ocre et je ne vois qu'une chose : un immense studio photo à ciel ouvert qui manque cruellement de techniciens lumière. On est venus ici pour un « Safari Spirituel », un forfait à 1200 euros la journée qui promet de « reconnecter votre moi profond à l'univers », avec option buffet bio et open-bar sur le kombucha.

L'idée, selon la brochure, c'est de trouver son âme-sœur vibratoire. Parce que dans le monde moderne, on ne tombe plus amoureux, on s'aligne. On cherche quelqu'un dont le taux de mélanine et les convictions sur le gluten matchent avec notre flux Instagram.

— « Regarde, » dis-je en pointant une silhouette au loin. « Un autre groupe. Tu crois que mon âme-sœur est là-bas ? »

— « Si elle a un compte certifié et qu'elle ne porte pas de sandales avec des chaussettes, c'est possible, » répond Bastien-Emeric avec le sérieux d'un chaman qui vient de lire le dernier rapport trimestriel de Goldman Sachs.

On s'arrête près d'une tente bédouine qui a l'air d'avoir été dessinée par un architecte suédois en pleine crise existentielle. C'est là que se passe « La Rencontre ». Le concept est simple : on s'assoit en cercle, on ferme les yeux, et on attend que l'univers nous envoie un signal. Le signal de l'univers, aujourd'hui, c'est l'odeur de la sueur de douze personnes qui ont confondu « retraite spirituelle » et « défilé de mode en lin non repassé ».

C'est là que je le vois. Le Faucon.

Il est posé sur le bras d'un dresseur qui semble plus fatigué que le concept de « digital nomad ». Le faucon, lui, est l'être le plus lucide de ce désert. Il nous regarde avec un mépris si pur, si cristallin, qu'il en devient presque divin. Ses yeux jaunes disent : « Je descends d'une lignée de prédateurs millénaires qui survolaient les empires, et aujourd'hui, je dois rester immobile pour qu'une fille nommée Tiffany puisse faire un selfie avec un filtre qui rend le ciel turquoise. »

— « C'est un Faucon Pèlerin, » murmure Bastien-Emeric. « C'est le symbole de la vision. Il voit l'invisible. »

— « Il voit surtout que ton autobronzant fait des taches sur ton col, » je réplique.

Je m'approche de l'oiseau. C'est le moment. La spiritualité, c'est bien, mais la spiritualité sans preuve sociale, c'est juste de la solitude. Je sors mon téléphone. Je règle l'exposition. Je choisis le filtre Clarendon. Pourquoi Clarendon ? Parce qu'il booste les contrastes, refroidit les ombres et donne à ce désert poussiéreux l'allure d'une pub pour une eau minérale de luxe. Sous Clarendon, le sable devient une promesse de pureté et mes cernes disparaissent sous un halo de lumière divine.

— « Excusez-moi, monsieur le dresseur, je peux le porter ? C'est pour mon éveil intérieur. »

Le dresseur me tend un gant en cuir qui a probablement vu passer plus de microbes que le métro parisien à l'heure de pointe. Je pose le faucon sur mon bras. Il pèse le poids de mes péchés superficiels. Il tourne la tête vers moi, et pendant une seconde, je crois que la connexion spirituelle va avoir lieu. Je cherche l'étincelle, le grand Tout, la révélation chamanique.

Le faucon lâche un cri qui ressemble à un râle de dégoût et tente de becqueter mon piercing à l'oreille.

— « Putain ! » je hurle en manquant de lâcher l'iPhone.

— « Garde la pose ! » crie Bastien-Emeric en mitraillant avec son appareil. « C'est ça ! Le conflit entre l'homme et la nature ! C'est hyper organique ! Hashtag RawEnergy ! »

Je récupère mon calme, je réajuste mon profil (le gauche, toujours le gauche, le droit est un accident industriel) et je souris à l'objectif avec la sérénité d'une femme qui vient de trouver la paix, ou du moins un angle qui cache son double menton. Le faucon, lui, a fermé les yeux. Il a abdiqué. Il est en train de pratiquer le stoïcisme de survie face à l'absurdité humaine.

Soudain, un homme s'approche. Il porte un chèche en soie et des lunettes de soleil qui coûtent le prix d'un rein sur le dark net. Il a l'air de sortir d'un clip de deep house tourné à Ibiza.

— « Belle vibration, » dit-il d'une voix grave, probablement travaillée par des années de coaching vocal. « Votre aura est... très Clarendon. »

Mon cœur manque un battement. Est-ce lui ? L'âme-sœur vibratoire ? Celui qui comprend que l'existence n'est qu'une succession de calques Photoshop ?

— « Merci, » je réponds en battant des cils (des extensions en vison synthétique, pour respecter la nature). « Je travaille beaucoup sur mon alignement chromatique. »

— « Je suis Skyler, » dit-il en me tendant une main parfaitement manucurée. « Je suis consultant en Feng Shui pour métavers. Je réorganise les pixels pour que l'énergie circule mieux dans la réalité virtuelle. »

C'est le coup de foudre. Pas le genre de truc ringard avec des papillons dans le ventre, non. Le vrai coup de foudre moderne : celui où tu te dis que vos deux noms côte à côte sur un faire-part de mariage auraient une police d'écriture incroyable.

— « Vous cherchez votre âme-sœur ? » lui demandé-je avec une audace que seul le désert peut autoriser.

— « Je cherche surtout une prise pour recharger ma Tesla de sable, » répond-il avec un sourire mélancolique. « Mais la spiritualité, c'est aussi savoir accepter les imprévus. Vous avez combien de followers ? »

C'est la question ultime. Le test de compatibilité ADN du 21^{ème} siècle. On ne demande plus « Tu veux des enfants ? », on demande « Quel est ton taux d'engagement sur tes Reels ? ».

— « 50k, » je réponds avec une fausse modestie qui me demande un effort surhumain.

— « Pas mal. On est dans la même gamme de fréquences. On pourrait faire un collab' "Méditation et Champagne dans les Dunes". Ça ferait un carton chez les gens qui cherchent un sens à leur vie entre deux rendez-vous chez le dentiste. »

Bastien-Emeric nous observe de loin, l'air un peu déçu. Il pensait être le protagoniste de ce voyage, mais il vient de réaliser qu'il n'est que le photographe non rémunéré de ma révélation mystique.

On s'assoit avec Skyler sur un tapis de prière qui sert manifestement de décor pour

des séances de yoga nocturnes. Le soleil commence à descendre. C'est l'heure bleue. Sous Clarendon, l'heure bleue devient une apothéose de cyan et de cobalt. C'est magnifique. C'est faux. C'est parfait.

— « Tu vois, » murmure Skyler en me frôlant l'épaule, « le désert nous dépouille de nos artifices. »

Il dit ça alors qu'il vient de remettre une couche de gloss transparent.

— « C'est vrai, » j'acquiesce. « Ici, on est juste deux âmes, deux budgets, deux vitrines... face à l'infini. »

Le faucon, de retour sur son perchoir, lâche une dernière fiente sur le sable immaculé. C'est sans doute sa manière de donner son avis sur notre conversation. C'est la seule chose authentique qui se soit produite depuis notre arrivée, mais malheureusement, ce n'est pas esthétique. Je ne le prendrai pas en photo.

On remonte dans le 4x4. Skyler nous suit avec sa Tesla silencieuse qui glisse sur les dunes comme un suppositoire technologique dans le derrière de la tradition. On rentre à l'hôtel. On a trouvé ce qu'on cherchait. Pas Dieu, pas la paix intérieure, pas la sagesse des anciens.

On a trouvé 400 nouveaux abonnés, une collab' potentielle et une photo où le faucon a l'air de m'écouter raconter mes problèmes de couple.

En fin de compte, la spiritualité en 4x4, c'est comme le leasing de la Lambo : ça ne t'appartient pas vraiment, ça coûte une blinde en entretien, mais ça a une gueule d'enfer sur l'écran d'accueil de ton téléphone. On n'est pas devenus de meilleures personnes, mais on a de meilleures couleurs. Et dans ce monde en 1080p, c'est tout ce qui compte.

DésertVibes SoulmateFound ClarendonLife FauconBlasé BéniParLAlgorithm.

Chapitre 11

Le Mariage en CDD (Contrat de Dubaï Déterminé)

À Dubaï, le « Pour le meilleur et pour le pire » a été discrètement remplacé dans les conditions générales d'utilisation par « Pour le temps de la collab' et tant que le filtre ne bugge pas ». Ici, on ne se marie pas, on fusionne des actifs. On ne tombe pas amoureux, on valide une période d'essai réciproque avec option d'achat, mais sans jamais lever l'option, parce que le nouveau modèle sort en septembre et qu'il a plus d'options au niveau des pommettes.

Le « Mariage en CDD » (Contrat de Dubaï Déterminé), c'est la base de la vie sociale entre deux gratte-ciels. C'est une institution aussi solide qu'un château de sable construit sous un climatiseur industriel. On s'aime à la vitesse de la fibre optique, avec une date de péremption intégrée, comme un yaourt bio laissé en plein soleil sur la Marina. La règle est simple : une relation doit durer exactement le temps d'une story Instagram. Vingt-quatre heures de gloire, de paillettes et de gros plans sur des mains entrelacées devant un cocktail bleu électrique, puis... *pouf*. Disparition. Retour dans les archives.

Pourquoi s'encombrer d'une éternité quand on sait que la batterie de l'iPhone ne tient que six heures ?

Soyons honnêtes, si vous restez avec la même personne plus de trois mois à Dubaï, les gens commencent à s'inquiéter. Vos abonnés vous demandent si vous êtes séquestré ou si vous avez perdu votre mot de passe Tinder. Le couple longue durée, ici, c'est considéré comme une forme de stagnation spirituelle, une sorte de burn-out de l'ambition. On appelle ça le « syndrome de la vieille Lambo » : si tu n'as pas changé de carrosserie cette saison, c'est que ton business est en train de couler.

Le CDD amoureux commence toujours par un casting rigoureux. On ne cherche pas une âme sœur — l'âme, c'est trop dur à éclairer en boîte de nuit, ça ne prend pas la lumière. On cherche un « complément d'image ». Est-ce que son bronzage s'harmonise avec le cuir beige de ma voiture de location ? Est-ce que ses facettes dentaires ont le même indice de réflexion que mes lunettes de soleil ? Si la réponse est oui, on signe. Le contrat est tacite : je te prête ma visibilité, tu me prêtes tes jambes de 1m12, et ensemble, on va faire croire au reste du monde que le bonheur ressemble à un buffet à volonté au 44ème étage.

Mais attention, c'est un contrat à durée déterminée. Très déterminée.

Il y a d'abord la phase d'incubation (0 à 4 heures) : La rencontre au Beach Club. On ne se parle pas, on se scanne. On vérifie les badges numériques, le nombre de followers, la marque de la montre. C'est l'équivalent sentimental d'un audit financier avant une OPA.

Vient ensuite la phase de gloire (4 à 24 heures) : C'est l'apothéose. On poste. On tague. On utilise des hashtags profonds comme « Soulmate », « KingAndQueen » ou « BuildingAnEmpire ». C'est le moment où l'on fait croire qu'on a trouvé la personne qui nous comprend vraiment, celle qui sait exactement quel angle de vue nous donne l'air d'avoir des abdos même après avoir mangé un burger à 80 dollars. À ce stade, on est prêts à mourir l'un pour l'autre, ou au moins à partager un code promo pour des infusions détox.

Puis, inévitablement, arrive la phase de péremption (24 heures et une minute) : Le soleil se lève sur la Burj Khalifa, le filtre Clarendon commence à lasser, et on réalise que l'autre a une personnalité. Et ça, c'est le début de la fin. La personnalité, à Dubaï, c'est comme la pluie : c'est rare, c'est chiant, et ça gâche le brushing. On commence à remarquer des détails gênants. Il mange ses sushis avec les doigts ? Elle n'a pas aimé mon dernier Reels ? Le contrat est rompu.

C'est là que le miracle de la technologie intervient. Dans le reste du monde, une rupture, c'est des larmes, des cartons de déménagement et des chansons d'Adele écoutées en boucle sous une couette qui sent le désespoir. À Dubaï, une rupture, c'est juste une mise à jour logicielle. On supprime les photos, on bloque le profil, et on réinitialise l'algorithme. On ne dit pas « On a rompu », on dit « Le contenu n'était plus pertinent par rapport à ma ligne éditoriale ».

C'est propre, c'est chirurgical, ça ne laisse pas de cicatrices (merci au Botox qui fige l'expression de la tristesse avant même qu'elle n'atteigne la surface).

Le mariage en CDD, c'est l'amour en mode « Free Trial ». On teste les fonctionnalités, on profite de l'interface, mais dès qu'il faut commencer à payer en investissement émotionnel réel, on résilie l'abonnement. On préfère rester des « célibataires premium » plutôt que des « couples en version gratuite ».

Et le plus beau dans tout ça ? C'est que personne n'est dupe, mais tout le monde applaudit. On est dans une salle de spectacle permanente où le public est aussi sur scène. Quand tu vois ton ami s'afficher avec une nouvelle « femme de sa vie » pour la quatrième fois du mois, tu ne lui dis pas : « Mais Kevin, tu avais dit la même chose de la coach de yoga ukrainienne mardi dernier ! ». Non. Tu likes. Tu commentes « Goals Ø=Ý% ». Parce que tu sais que ton propre CDD expire besoin de son like pour valider ta prochaine acquisition.

C'est une économie circulaire du vide. On s'échange de l'affection factice comme des cryptomonnaies : ça n'a aucune valeur intrinsèque, personne ne comprend vraiment comment ça marche, mais tant que tout le monde fait semblant d'y croire, on peut s'acheter des montres avec.

L'autre soir, j'ai vu un couple se séparer en direct au *Cé La Vi*. C'était fascinant. Ils étaient en train de prendre une photo devant la piscine à débordement. Il tenait le

téléphone, elle posait. Ils ont pris la photo. Ils ont vérifié le résultat. Elle a dit : « Je ne suis pas à mon avantage, on la refait ». Il a soupiré. Elle a dit : « Tu ne me soutiens jamais dans mes projets ». Il a répondu : « Tes projets, c'est de prendre des photos de tes genoux, Jennifer ».

Le contrat a été résilié instantanément. Pas de cris, pas de scènes de ménage. Il a appelé son chauffeur, elle a appelé son Uber Black. En moins de trois minutes, ils étaient déjà sur l'application pour chercher leur prochain partenaire de tournage. La story était déjà expirée avant même d'être postée. C'était d'une efficacité terrifiante. Une productivité émotionnelle que même un consultant de chez McKinsey n'aurait pas osé rêver.

À Dubaï, l'éternité, c'est pour les pyramides, et encore, elles sont en Égypte. Ici, on préfère le présent, surtout s'il est livré avec un emballage cadeau et une garantie de remboursement sous 30 jours. On ne cherche pas le grand amour, on cherche le grand angle. On ne veut pas vieillir ensemble, on veut juste rester jeunes séparément, mais dans la même zone VIP.

Le Mariage en CDD, c'est l'aboutissement de la civilisation moderne : on a enfin réussi à transformer le sentiment le plus complexe de l'humanité en un produit de consommation courante, jetable et recyclable. C'est beau comme un centre commercial un dimanche après-midi. C'est brillant, c'est climatisé, et il y a toujours une place de parking pour ceux qui ont les moyens.

Alors, si vous me voyez demain sur Instagram avec une nouvelle égérie, ne me demandez pas si c'est sérieux. Demandez-moi plutôt combien de temps dure le contrat. La réponse est simple : jusqu'à ce que la lumière baisse ou que le chèque de la collab' soit encaissé.

LoveLeasing DubaiRelationship MinimalInvestment MaximumReach
NextSlidePlease

Chapitre 12

L'Amour est une Location avec Option d'Achat

Le problème avec l'engagement, c'est que c'est une notion beaucoup trop « 1.0 ». C'est lourd, c'est encombrant, et ça demande un entretien que même une équipe de mécaniciens chez Ferrari ne pourrait pas assurer. Dans l'économie du paraître, l'amour n'est plus un sanctuaire, c'est un produit financier structuré. Et comme pour toute voiture de sport qui finit sa course dans un palmier de la Sheikh Zayed Road, le secret de la réussite réside dans la Location avec Option d'Achat (LOA). Pourquoi s'encombrer d'un CDI émotionnel quand on peut avoir un leasing sentimental avec kilométrage illimité (mais résiliation sans préavis) ?

Regardez-vous. Enfin, ne vous regardez pas trop longtemps dans un miroir sans filtre, vous pourriez faire un burn-out visuel. Regardez votre « feed ». Nous sommes tous devenus des courtiers en illusions. On ne cherche pas un partenaire pour partager nos vieux jours, on cherche un accessoire de casting qui matche avec la sellerie en cuir beige de la Lamborghini qu'on a louée pour l'après-midi. L'amour, aujourd'hui, c'est un contrat d'entretien : tant que tu brilles en soirée et que tu génères de l'engagement sur mes stories, je paye les mensualités. Mais dès que le premier voyant « Réalité » s'allume sur le tableau de bord, on rend les clés et on change de concessionnaire.

C'est là toute la beauté de la vacuité. On vit dans un monde où l'on préfère louer le bonheur plutôt que de posséder la tristesse. Sauf que la facture finit toujours par arriver, et généralement, elle est libellée en dirhams non-remboursables.

Prenons l'exemple de Cindy. Cindy n'est pas son vrai nom, mais à Dubaï, personne n'a vraiment de vrai nom, on a juste des handles Instagram. Cindy a compris avant tout le monde que pour exister, il fallait « flexer ». Et pour flexer au milieu des

gratte-ciels, il faut un sac Hermès. Pas n'importe lequel. Un Birkin. L'équivalent portatif d'une petite église de village en termes de prix et de dévotion.

Le problème, c'est que le capital de Cindy était aussi volatil que le cours du Bitcoin après un tweet d'Elon Musk. Alors, elle a pris la décision la plus rationnelle de notre époque : elle a vendu un rein. Littéralement. Oh, ne faites pas cette tête de vierge effarouchée. Un rein, c'est redondant. C'est du luxe biologique inutile. On en a deux, alors qu'on n'a qu'un seul profil Instagram à alimenter. Le calcul est vite fait : une filtration sanguine optimale contre 15 000 likes garantis par photo. La dialyse, c'est moche, mais un Birkin de seconde main en cuir Togo couleur « Gold », c'est éternel. Enfin, jusqu'à la prochaine collection.

La transaction s'est faite dans une clinique un peu louche à la frontière de l'émirat, un endroit où l'on vous enlève des organes avec la même désinvolture qu'on vous pose des facettes dentaires. Cindy est ressortie avec une cicatrice, une légère fatigue chronique, et surtout, le précieux graal. Elle était enfin prête pour l'Option d'Achat du Grand Amour.

Elle a trouvé son « locataire » en trois swipes. Un type prénommé Kevin (qui se faisait appeler « Skyler » sur LinkedIn), un trader en air comprimé qui portait des mocassins sans chaussettes même par 45 degrés. Ils formaient le couple parfait : deux packagings magnifiques avec absolument rien à l'intérieur. Ils ont loué une vie ensemble. Ils ont loué des sourires sur des yachts qui ne leur appartenaient pas, ils ont loué de la complicité devant des couchers de soleil sponsorisés par une marque de thé détox, et ils ont loué une Lamborghini Huracán orange pour aller acheter du pain (ou plutôt, pour aller regarder du pain sans le manger, pour garder la ligne).

C'était la LOA du sentiment. Aucun apport personnel, juste des mensualités de paraître. « Je t'aime tant que tu es bankable. »

Mais le propre de la location, c'est que l'on n'est jamais propriétaire des murs. Et un

matin, l'option d'achat est arrivée à échéance. Skyler a trouvé une nouvelle égérie avec 200 000 abonnés de plus et une capacité pulmonaire intacte. Il a résilié le contrat de Cindy avec la froideur d'un algorithme de trading.

Et c'est là que le décor s'effondre. C'est là que la magie de Dubaï opère son habituel tour de passe-passe : le déclassement géographique.

Vous voyez, à Dubaï, il y a une hiérarchie de la survie. Si tu es au sommet, tu es à Downtown ou sur la Palm. Si tu commences à glisser, tu finis à Marina. Si tu touches le fond, tu atterris à JVC — Jumeirah Village Circle. Pour ceux qui ne connaissent pas, JVC c'est le purgatoire des influenceurs en fin de droits. C'est un immense rond-point géant où les immeubles poussent comme des champignons sous stéroïdes, tous identiques, tous entourés de sable et de grues abandonnées. C'est l'endroit où le glamour va mourir en silence, loin des caméras.

Cindy se retrouve donc dans son studio de 25 mètres carrés à JVC. Un studio « luxury » selon la brochure, ce qui signifie que le robinet est en plastique doré et que la clim fait le bruit d'un avion de chasse au décollage. Elle est seule. Enfin, pas tout à fait. Elle a son sac Hermès.

Il est là, posé sur la table de cuisine en aggloméré, trônant au milieu des boîtes de nouilles instantanées. C'est une vision sublime d'ironie : un sac à 12 000 euros dans un appartement qui en coûte 800 par mois (si on paye en 12 chèques, parce qu'au-delà, le propriétaire appelle la police). Elle regarde le sac. Le sac la regarde. Il est beau, il est authentique (enfin, selon le vendeur de seconde main qui jurait sur la tête de sa mère), mais il ne lui tient pas chaud la nuit. Et surtout, il ne peut pas filtrer ses toxines.

Elle réalise alors que l'Amour en Location avec Option d'Achat a un vice caché : à la fin, on ne récupère jamais la caution. Elle a vendu son corps pour un accessoire, et elle a loué son cœur pour des pixels. Résultat des courses ? Elle est la propriétaire

légitime d'un objet inanimé et la locataire précaire d'une vie qu'elle ne peut plus se payer.

Elle ouvre son application de livraison de nourriture, hésite devant un burger à 60 dirhams, puis se rappelle qu'elle doit garder ses derniers crédits pour son abonnement au VPN, indispensable pour poster ses photos d'archives (celles où elle faisait semblant d'être heureuse à l'Atlantis). Elle finit par manger ses nouilles à la fourchette en plastique, assise par terre parce qu'elle a dû vendre le canapé pour payer la facture d'électricité.

C'est le grand final de la civilisation du paraître. On finit tous comme ça, n'est-ce pas ? Seuls dans un studio qui sent le plâtre frais et l'échec, à caresser un sac à main de luxe en se demandant si, finalement, le Grand Angle ne nous a pas un peu niqués sur la profondeur de champ.

Elle sort son téléphone. Elle cadre. Elle ajuste la luminosité pour effacer les cernes de sa fatigue rénale. Elle pose le sac Hermès bien en évidence, cache le carton de nouilles derrière un coussin « Shine Bright Like a Diamond », et tape sa légende : *« Le minimalisme est la nouvelle opulence. Se recentrer sur l'essentiel. Blessed JVC LuxuryLiving HermesLover ».*

Elle appuie sur « Partager ». Le monde applaudit virtuellement. Personne ne voit la solitude. Personne ne voit le studio vide. Personne ne voit le rein manquant.

Parce qu'au fond, l'option d'achat n'a jamais été prévue. On est juste là pour payer le loyer de notre propre mise en scène, jusqu'à ce que le propriétaire — la réalité — change les serrures.

Bienvenue à Dubaï, les amis. Ici, même le vide est en promotion, et il est livré avec une garantie de 30 jours. Mais attention : pas de remboursement possible une fois que vous avez vendu votre âme au service après-vente du paraître.

LastSlide JVRealness OrganForSale TheEndOfLeasing

FIN

Merci d'avoir lu "Coup de Foudre en Lamborghini de Location"

Une œuvre écrite par Dr. Sarcasme

[Lire la version interactive et commenter](#)

[Découvrir les autres œuvres de l'auteur](#)