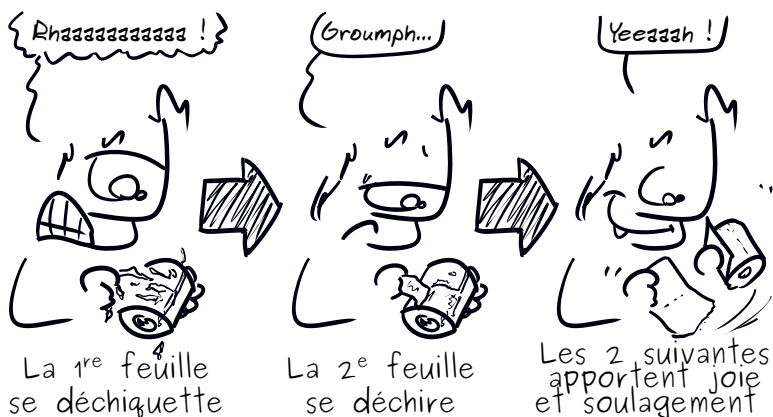

Le monopole du côlon (2/3)

Nombre de vos bastardises tournent autour d'un simple objet du quotidien. Nous avons donc décidé de lui accorder un triptyque. Pour cette deuxième partie, nos remerciements vont à Gee (hé oui !), Omar Jeulin et Framasky qui nous ont envoyé des bastardises inspirées, malgré un sujet de m...

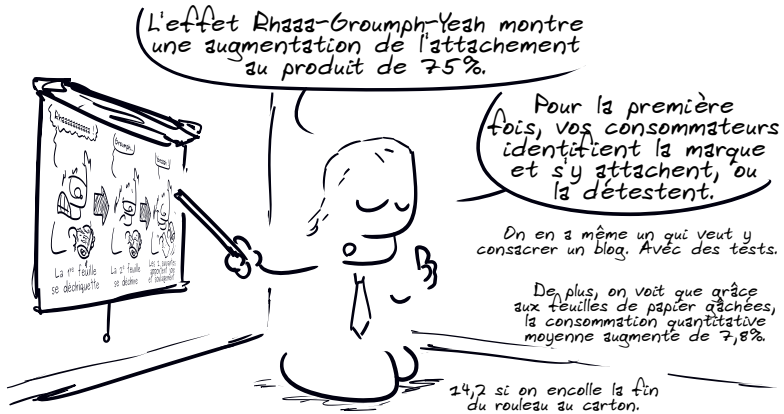
Le rêve de tout connard qui se respecte se réalisait pour moi. Le monopole de *Proctos & Logos* sur le papier hygiénique français offrait l'ensemble de vos anii à ma merci. La possibilité de reconcevoir complètement notre rapport au nettoyage intime. J'ai donc décidé de poser les fondations de ma chapelle sixtine sur les bases du travail de l'ingénieur : le syndrome de l'huître. En recalibrant les machines pour qu'elles encollent la première feuille du rouleau jusqu'au bout, je vous ai offert ces moments-là :



Outre le plaisir jubilatoire d'imaginer la France se torchant sur la réunion post-mortem de *Fluttershy* le poney et *Flipper* le dauphin, je tenais enfin mon idée profonde et pénétrante : coller irrémédiablement les premières couches de feuilles. Nous obtenons ainsi un syndrome de l'huître cyclique. La nouvelle colle imprégnant les épaisseurs, elle crée ce que nous avons appelé un effet « Rhaaa-Groumph-Yeah » qui se répète sur deux ou trois tours de rouleau.



À elle seule, cette douche écossaise émotionnelle vous permet de créer une relation amour-haine avec le produit, et vous le rend ainsi aussi proche de vous que votre famille réunie autour du repas dominical. Nos test d'UX étaient brillants : d'un simple consommable que l'on souhaitait vite oublier, le papier toilette prenait, pour nos sujets de test, du caractère... une vraie personnalité.

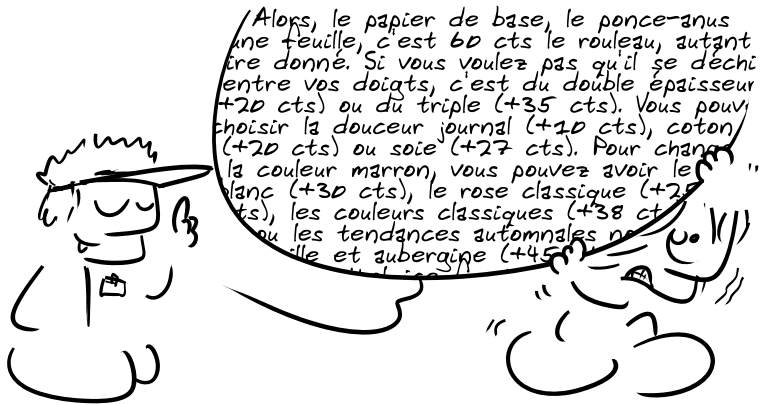


Bien entendu, l'effet « Rhaaa-Groumph-Yeah » et sa composante de gâchis fonctionnent en partie sur la position monopolistique de mon client. Ayant l'hégémonie sur le papier toilette, il m'est possible d'imposer ce syndrome de l'huître cyclique comme une nouvelle norme, une fatalité qui se répand dans toutes les marques, tous les modèles. C'est surtout un changement de paradigme dans la consommation que l'on amorce. Le client est piégé dans un faux choix, que nous lui imposons.



Ce choix, c'est l'ensemble des marques, couleurs, senteurs, dessins, douceurs, épaisseurs et prix que nous proposons. Bien entendu, tous les

produits sortent de la même usine, finissent dans les mêmes égouts et remplissent les mêmes poches. Mais, entre temps, ils vous ont permis d'exister. D'être cet hôte au papier triple épaisseur mentholé orné de papillons violets... Les opérateurs téléphoniques ont mis bien longtemps à la comprendre : on ne crée pas d'options, on crée des gammes.



Pourquoi votre banque vous facture-t-elle une pack mensuel ? Car elle sait bien, grâce à mon travail chez *Proctos & Logos*, que si vous choisissiez à la carte, vous pèseriez chaque option et payeriez moins cher. Il vous faut un produit qui ne vous convient pas exactement. Créer des gammes, des forfaits ou des packs... C'est le meilleur moyen de s'assurer que vous consommiez plus que ce dont vous avez réellement besoin ; tout en restant assez insatisfait pour vouloir mieux, pour dépenser plus la prochaine fois.

Ce piège, même les plus grands y tombent...

Avec vos efforts, là, je suis obligé de prendre nos Doublonnels Excelsior-Luxe +, sinon vous imaginez pas les tronches à la maison...

Heureusement que je ne paie pas...



Vous faites comment, maintenant, vous ?

Perso, je me suis mis au chugi.

Ma prostate est ravie.



Dites donc, mon petit Octave, vous avez bien œuvré sur le secteur grand public... Mais qu'en est-il de notre division « Collectivités et Entreprises » ?

Justement, ce matin, en venant vous voir, j'ai vu une scène, qui m'a inspiré cette idée...



Par contre, rappelle-moi « mon petit » encore une seule fois et je te fais un Monica Lewinsky avec ton cigare allumé.

TO BE CONTINUED TOO. . .

Rubia & gce

À propos

<http://connard.pro/>

- **Textes** : Pouhiou — <http://pouhiou.com/>
- **Dessins** : Gee — <http://ptilouk.net/>



To the extent possible under law, Pouhiou & Gee has waived all copyright and related or neighboring rights to Bastards, Inc. This work is published from : France.

CE document est placé sous licence CC-0, ce qui signifie qu'il est placé dans le domaine public volontairement par ses auteurs et que vous n'aurez donc pas à attendre 70 ans après leurs morts pour en faire absolument tout ce que vous voulez.

Ce document est une version compilée d'un épisode de *Bastards, Inc* publié sur le blog <http://connard.pro/>. Vous pouvez retrouver l'intégralité des épisodes, un module de dons et bien d'autres choses à cette adresse.

À partager, copier & trifouiller sans modération !