

# Alexandru Călinescu. Nostalgii

written by [ Marginalia ] | July 16, 2020



Toată zona – cartierul se numește La Goutte d Or – e de altfel multietnică. E aglomerație și pe trotuare, și pe stradă. Când ajung la Barbès autobuzele se târâie, se produc ambuteiaje îngrozitoare, riști – dacă mergi la Gara de Nord – să pierzi trenul. Întreg cartierul rămâne o enclavă, musulmană și africană, în plin Paris. O enclavă care avea, în Tati, un punct de reper...

A stârnit multe ecouri și regrete, acum câteva săptămâni, închiderea uneia din cele două librării Boulinier de pe bulevardul Saint-Michel din Paris. Era o librărie cu cărți de ocazie, unde găseai cam de toate, dar mai ales cărți în format de buzunar și romane polițiste. Am intrat foarte rar acolo și de fiecare dată am plecat dezamăgit pentru că nimic interesant nu-mi atrăgea privirile. Am rămas, în schimb, un fidel al librăriei Gibert Joseph, situată puțin mai sus, tot pe bulevardul Saint-Michel, unde am făcut multe achiziții prețioase. Adug că m-a mirat oarecum vâlva provocată de dispariția – parțială, oricum – librăriei Boulinier (fondată, e drept, în 1938) când în zonă, în ultimii treizeci de ani, au tras definitiv obloanele mari librării. Mă gândesc, mai întâi, la Presses Universitaires de France, aflată la doi pași de Sorbona, fără rival în ce privește fondul de cărți din științele umane, apoi, în Saint-Germain-des-Près, librăriile Le Divan și La Hune, fiecare cu personalitatea și cu farmecul ei inconfundabil. Principala cauză a dispariției acestor librării (nu sunt singurele în această situație)? Creșterea exorbitantă a chiriilor, încât în spațiile respective s-au instalat firme care își permit astfel de extravagante, precum Louis Vuitton sau Cartier. Cine e în locul lui Boulinier? Nu știu, se zice că va fi un fast-food.

Iar pandemia continuă să facă victime economice: cea mai recentă este magazinul Tati de la stația de metrou Barbès-Rochechouart. Deși, la fel ca în cazul librăriei Boulinier, nu e un loc pe care să-l fi frecventat, am o strângere de inimă la dispariția acestei adevărate instituții pariziene, așa cum o consideră toată lumea. Povestea magazinului și de fapt a grupului Tati

este pasionantă. Magazinul de pe bulevardul Barbès a fost fondat în 1948 de Jules Ouaki, un evreu tunisian. Se întindea, la început, doar pe 50 de metri pătrați. Ouaki a găsit un slogan care a prins repede: „Tati, les plus bas prix” („Tati, cele mai mici prețuri”). A reușit să impună și imaginea mărcii, faimoasele carouri roz. S-a extins, a cumpărat spațiile din jur, încât în 1978 magazinul avea 2800 de metri pătrați! Se adresa unei clientele modeste (a fost supranumit, de altfel, „Galerile Lafayette ale săracului”). Strategia lui Ouaki a fost pe cât de simplă pe atât de eficientă: clientul își alege singur produsele, marfa e expusă și în exterior, pe trotuare, în cutii de lemn unde puteai „cotrobăi” în voie. Magazinul se specializase în îmbrăcăminte, lenjerie de pat, încălțăminte. Era realmente fascinant spectacolul multicolor al femeilor care se îngămădeau în jurul cutiilor și scotoceau după sutiene sau căutau să reconstituie perechile potrivite de pantofi. Un reportaj apărut în noiembrie 1987 în *Le Figaro* arăta că magazinul fusese vizitat, într-un an, de 35 de milioane de persoane, mai mult decât turiștii ce urcaseră în Turnul Eiffel! Încurajat de succes, Jules Ouaki deschide noi magazine, în Paris (în Place de la République și pe Rue de Rennes), în provincie – Nancy, Lille, Rouen, Marsilia, Lyon...

Ouaki moare, la 68 de ani, în aprilie 1982. Cei cinci fii ai lui își dispută moștenirea, încep certurile. Un eveniment tragic marchează istoria grupului Tati: atentatul islamist din fața magazinului de pe Rue de Rennes, soldat cu 7 morți și 55 de răniți. În 1991 fiul cel mic, Fabien Ouaki, preia conducerea firmei. Are ambiții mari, se lansează într-o spectaculoasă diversificare a activităților: bijuterii – Tati Or, turism – Tati Vacances, telefonie – Tati Phone, delicatose – Tati Bonbons, rochii de mireasă – Tati Mariage. Vrea să se lepede de eticheta de „magazin pentru săraci” și creează o colecție de modă pretențioasă, dar prețurile sunt prea mari și inițiativa e un eșec. Explorează piețe noi – Africa de Sud, Statele Unite (se deschide un magazin Tati Mariage chiar pe Fifth Avenue, în New York!), Polonia, ar fi urmat alte țări din est, printre care și România. Însă cifra de afaceri scade încontinuu, datoriile se acumulează, falimentele se țin lanț, în 2004 Ouaki e obligat să vândă întreprinderea grupului Eram, acesta încearcă o redresare, vinde la rândul lui altui grup (Gifi) care menține doar fosta „navă-amiral”, magazinul de la Barbès. Iar acesta e obligat acum să închidă pentru că, din cauza pandemiei, și-a pierdut jumătate din clientelă.

O clientelă foarte amestecată și care a evoluat și ea de-a lungul anilor. Erau turiștii din estul Europei, în căutare de haine ieftine (nenumărați români au făcut „pelerinajul” obligatoriu la Tati). Apoi clientela săracă, imigranții, mamele cu copii mulți, muncitorii de pe șantiere etc. Toată zona – cartierul se numește La Goutte d'Or – e de altfel multietnică. E aglomerație și pe trotuare, și pe stradă. Când ajung la Barbès autobuzele se târâie, se produc ambuteiaje îngrozitoare, riști – dacă mergi la Gara de Nord – să pierzi trenul. La suprafață, în fața stației de metrou, se face trafic de droguri și de țigări, locul pare nesigur chiar dacă se încearcă o schimbare a imaginii de ansamblu – a fost renovat un vechi și superb cinematograful (Louxor), s-a deschis o braserie cochetă etc. Întreg cartierul rămâne însă o enclavă, musulmană și africană, în plin Paris.

O enclavă care avea, în Tati, un punct de reper...

*Text publicat în premieră în Ziarul de Iași*