

French
First prize – Guillaume Deneufbourg

Vous voulez sortir de votre zone de confort ? Essayez donc Harrods en short.

Je me suis rarement senti aussi éloigné de ma zone de confort que la semaine dernière, lorsque je me suis retrouvé à déambuler, bouche bée, dans les luxueuses allées de Harrods, vêtu d'un short qui n'était pas vraiment de circonstance.

Une fois franchies les lourdes portes métalliques de l'entrée, j'ai aussitôt compris que je n'étais pas à ma place. Des apollons se pavanaient en propriétaires dans les allées, le bronzage impeccable, la moustache et la barbe ciselées avec virtuosité, et les dents aussi immaculées que les jeans qui gagnaient leur entrejambe. Certains semblaient à ce point éblouis par leur propre élégance qu'ils se sentaient obligés de porter des lunettes de soleil. Des régiments de femmes maquillées à la perfection, à l'image – je le suppose – des Kardashian, croulaient sous les sacs de créateurs tellement exclusifs que je n'en avais jamais entendu parler.

Nous nous sommes dirigés vers l'espace restaurant. « Je n'ai pas pour habitude de nourrir mes enfants au bœuf de Kobe ou au caviar russe », ai-je grommelé en poussant ma petite troupe entre d'imposants comptoirs de marbre couverts d'étincelantes sculptures de glace et le buffet de viandes, où on me proposait un plateau de « cailles, demi- canard, côtelettes d'agneau et merguez » pour la modique somme de 100 livres. Harrods est un magasin agencé de la pire des façons. Les ascenseurs vous déposent au hasard d'étages et d'escaliers dignes d'une lithographie d'Escher. Après plusieurs erreurs de parcours, qui nous ramenaient systématiquement dans le labyrinthe des vitrines de haute joaillerie, j'ai dû me résoudre à un expédient dont j'ai horreur : demander au personnel, pour qui j'étais jusque-là transparent, de m'indiquer le

Fourteenth St. Jerome Translation