

Diagonales : De quoi le téléphone de salle de bain est-il le nom ?

21-10-2016

Avez-vous déjà utilisé le téléphone de la salle de bain lorsque, d'aventure, votre chemin vous mène dans un hôtel qui en est équipé ? On peut prendre les paris : la réponse est non, au point qu'on peut s'interroger sur les raisons de sa présence en face du lavabo. La réponse est simple. Pour prétendre à une cinquième étoile, les hôtels français doivent, outre un accueil VIP, proposer ce qu'on trouve dans le moindre motel américain : de l'espace, des lits king-size, des chaînes de télévision multilingues, sans oublier Internet, coffre-fort et mini-bar. Rien à redire. Reste une condition sine qua non : un téléphone dans la salle de bain. Pour l'hôtelier, l'investissement est dérisoire. Pour le client, l'intérêt inexistant.

Faible prix de revient, valeur d'usage nulle mais forte portée symbolique et valeur d'échange élevée : la science économique ne connaît qu'une catégorie d'objets qui réunissent ces quatre attributs, ce sont les produits de luxe. Nous voilà au parfum : le téléphone de salle de bain est un produit de luxe. Peut-être une piste pour les marieurs d'entreprises à la peine aujourd'hui : rapprocher Ericsson et LVMH ?

Jean-Jacques Salomon

jjsalomon@oomark.com