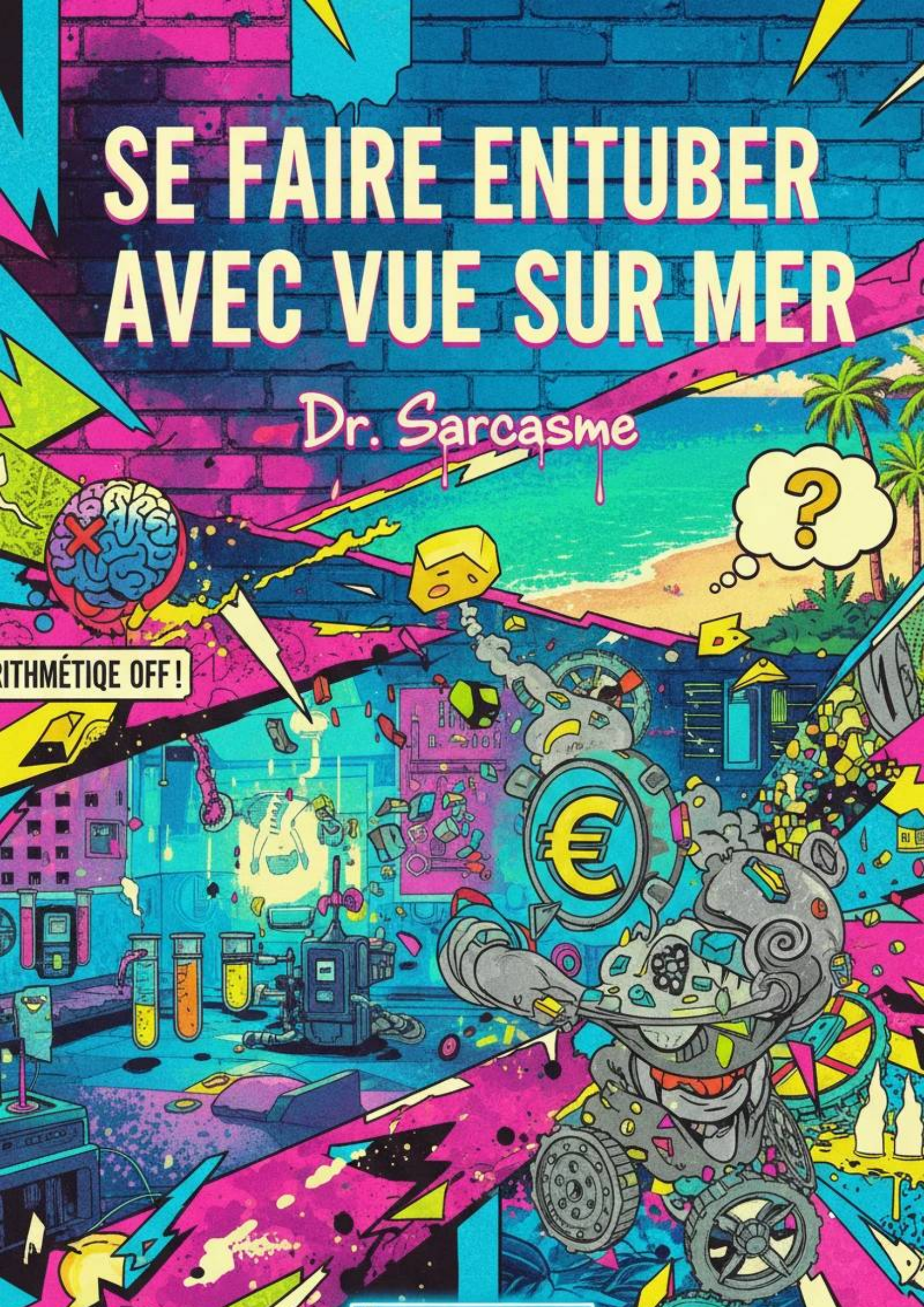


SE FAIRE ENTUBER AVEC VUE SUR MER

Dr. Sarcasme

ATHMÉTIQUE OFF!



Se faire entuber avec vue sur mer

Par Dr. Sarcasme

ÉDITIONS FUSIANIMA

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

Table des matières

Chapitre 1 : Le Check-in ou l'art de l'hypnose fiscale	4
Chapitre 2 : La 'Vue Mer' : Entre l'horizon et le coin de gouttière	9
Chapitre 3 : Le Petit-Déjeuner à 80€ : L'œuf qui valait de l'or	14
Chapitre 4 : Le Groom : Le seul homme capable de vous juger sur l'usure de votre valise	19
Chapitre 5 : Le Minibar : Le musée d'art contemporain le plus cher du monde	24
Chapitre 6 : Le Menu des Oreillers : Pour ceux qui ne savent plus quoi faire de leur tête	29
Chapitre 7 : La Piscine à débordement (de frais supplémentaires)	34
Chapitre 8 : Le Room Service : La gastronomie tiède sous cloche d'argent	39
Chapitre 9 : Le Spa : Se faire peler le portefeuille au nom de la sérénité	44
Chapitre 10 : La 'Couverture' : L'intrusion nocturne tarifée	49
Chapitre 11 : Le Wi-Fi Premium : Payer pour voir votre solde bancaire chuter plus vite	54
Chapitre 12 : Le Service de Conciergerie ou le génie de la surfacturation	59
Chapitre 13 : Le Check-out : L'autopsie d'un massacre financier	65

Chapitre 1

Le Check-in ou l'art de l'hypnose fiscale

Vous venez de franchir le seuil. C'est là que tout bascule. L'air est soudainement chargé d'une odeur de thé blanc et de bois de santal, un parfum conçu en laboratoire pour paralyser instantanément les zones de votre cerveau dédiées à l'arithmétique élémentaire. Bienvenue dans l'antichambre du braquage légal.

Regardez autour de vous. Le lobby est si vaste qu'on pourrait y garer un pétrolier, mais il ne sert qu'à une chose : vous faire sentir minuscule. Tout est en marbre. Un marbre si poli qu'on peut y voir le reflet de sa propre déchéance financière avant même d'avoir posé ses valises. Le personnel, lui, semble être issu d'un programme de sélection génétique orchestré par Vogue et la DGSE. Ils sont beaux, ils sont minces, ils sont lisses, et ils vous regardent avec une bienveillance qui devrait normalement déclencher une alarme incendie dans votre instinct de survie.

C'est le moment où « l'Hôte d'Accueil » (car on ne dit plus réceptionniste, ce serait trop honnête) entre en scène. Appelons-le Kevin-Eustache. Kevin-Eustache possède un sourire qui a coûté le prix d'une Twingo et il s'en sert comme d'une arme de destruction massive. Ce sourire est inclus dans le forfait « Accueil Privilège », une ligne sur votre facture que vous n'avez pas encore vue mais qui vous coûtera précisément 400 euros, étalés sur la durée du séjour.

— « Quel plaisir de vous recevoir, Monsieur. Nous vous attendions. »

Remarquez l'usage du pluriel. Ils vous attendaient. Comme une meute de loups attend un caribou avec une patte folle. Vous n'êtes pas un client, vous êtes une « arrivée ». Une ressource naturelle extractible. Un puits de pétrole en short et sandales.

C'est là que commence le rituel de la serviette chaude. On vous tend un petit rouleau de tissu humide et brûlant. C'est un test de soumission. En acceptant cette serviette, vous signifiez au complexe hôtelier que vous êtes prêt à ce qu'on s'occupe de vous, c'est-à-dire que vous abdiquez tout droit à l'autonomie et à la gestion de votre propre budget. Vous vous essuyez les mains — qui sont propres, vous venez de descendre d'un taxi climatisé — et vous vous sentez soudainement comme un empereur romain. C'est l'hypnose qui prend. On vous traite comme un roi pour que vous ne remarquiez pas qu'on est en train de vous fouiller les poches.

— « Puis-je vous proposer notre cocktail de bienvenue ? Une infusion de litchi sauvage et de larmes de sirène, pressée à froid par un moine tibétain en rupture de ban. »

Dites oui, et vous venez de signer pour une « taxe d'agrément » de 25 euros par jour. Le litchi est probablement du sirop Teisseire, mais le verre est givré et il y a une fleur comestible dedans. Et comme vous êtes un être civilisé, vous n'allez pas demander si c'est gratuit. Demander si quelque chose est gratuit dans un hôtel de luxe, c'est comme demander le prix du pain à un gala de charité : c'est d'une vulgarité qui vous exclurait instantanément de la caste des « Happy Few ».

Puis arrive le moment fatidique. Le passage à la guillotine. La machine à carte bleue.

Dans le monde normal, on paie ce qu'on achète. Ici, on procède à « l'empreinte de garantie ». C'est un terme magnifique. On dirait de l'art. En réalité, c'est une ponction lombaire bancaire. Kevin-Eustache vous explique, avec la douceur d'un anesthésiste avant une amputation, qu'ils vont « bloquer une petite somme de sécurité ».

— « Oh, trois fois rien, Monsieur. Juste le montant du séjour, plus une provision de 2000 euros pour les extras. Une simple formalité. »

Votre plafond bancaire vient de pousser un cri d'agonie que seul un dauphin pourrait entendre. Vous voyez vos économies s'envoler vers un compte séquestre aux Caïmans, mais vous souriez. Pourquoi ? Parce que Kevin-Eustache vient de vous appeler « Monsieur le Baron » (il a vu une particule imaginaire dans votre nom ou il a simplement décidé que vous aviez l'air d'un pigeon de haute lignée). L'hypnose fiscale fonctionne à plein régime. Vous êtes prêt à tout donner pour maintenir cette illusion de noblesse.

C'est alors qu'intervient le « Surclassement Opportuniste ».

— « Monsieur, j'ai une excellente nouvelle. Pour fêter votre venue, nous avons décidé de vous proposer la Suite Junior avec vue latérale sur le port (si on se penche par la fenêtre du bain et qu'on utilise un périscope), au lieu de votre chambre standard donnant sur le local poubelles. C'est une opportunité unique : seulement 150 euros de supplément par nuit au lieu de 400. »

C'est le coup de grâce. Kevin vous présente une dépense supplémentaire comme un cadeau qu'il vous fait. Il vous remercie presque de le laisser vous dépouiller. Et vous, lobotomisé par l'odeur du santal et le sucre du litchi, vous calculez que 150 euros, après tout, ce n'est que le prix de trois entrecôtes dans un restaurant décent. Vous acceptez. Vous venez d'augmenter votre facture totale de 30 % en moins de six minutes de conversation.

Le check-in se termine par la remise des clés. Ce ne sont pas des clés, ce sont des badges magnétiques dans un étui en cuir de veau retourné. Kevin appelle alors un groom, un jeune homme dont le métier consiste à porter des objets que vous pourriez parfaitement porter vous-même, afin de justifier un pourboire de dix euros cinq minutes plus tard.

— « Mamadou va vous accompagner. Il va vous faire découvrir les fonctionnalités de

votre chambre. »

Traduisez : Mamadou va vous montrer comment ouvrir les rideaux avec une télécommande (ce qui prendra trois fois plus de temps que de le faire à la main) et vous expliquer que le contenu du minibar est facturé au gramme, comme de l'uranium enrichi.

Vous traversez les couloirs feutrés. La moquette est si épaisse que vos pas ne font aucun bruit. C'est pratique : on n'entend pas les clients s'enfuir quand ils réalisent qu'ils ont payé le prix d'un rein pour une chambre où le Wi-Fi est en option payante.

Tout au long du trajet, le personnel vous salue. « Bonjour Monsieur », « Bel après-midi Monsieur ». Chaque interaction est une micro-transaction invisible. Chaque sourire est un prélèvement automatique. Vous vous sentez important. Vous vous redressez. Vous avez oublié que votre compte en banque est actuellement en train de faire un arrêt cardiaque dans les coulisses de la réception.

Vous entrez enfin dans la chambre. La vue sur mer est là. Elle est magnifique. Elle est étincelante. Elle justifie tout, pensez-vous. C'est le syndrome de Stockholm touristique. Vous commencez à aimer votre ravisseur parce qu'il vous a mis des petits chocolats sur l'oreiller (facturés 8 euros l'unité sous l'appellation « Welcome Sweets »).

Juste avant de partir, Mamadou pose vos valises et attend. C'est le moment du « Pourboire de la Honte ». Vous n'avez que des billets de cinquante ou des pièces de deux euros. Si vous donnez deux euros, vous passez pour un gueux devant un gamin de 19 ans qui gagne probablement plus que vous en pourboires. Si vous donnez cinquante, vous venez de payer le prix d'un excellent champagne pour qu'on vous dépose un sac à dos. Vous donnez cinquante. Mamadou sourit. Il sait. Kevin-Eustache, en bas, sait aussi.

Ils savent tous que vous êtes entré ici en homme libre et que vous en ressortirez en débiteur universel. Mais qu'importe ! Vous avez la vue sur mer. Vous êtes traité comme un roi. Et un roi, par définition, ça ne compte pas. Ça se fait plumer avec panache, dans le silence ouaté d'un hall en marbre, sous l'œil vitreux d'un réceptionniste qui, dès que vous aurez tourné le dos, enverra un SMS à ses collègues : « C'est bon les gars, le suivant arrive. Préparez les serviettes chaudes, celui-là a une carte Platinum. »

Bienvenue dans vos vacances. Le massacre ne fait que commencer, et le pire, c'est que vous allez en redemander. Parce que se faire entuber, c'est une chose, mais se faire entuber avec une fleur de litchi dans le verre, c'est de la gastronomie.

Chapitre 2

La 'Vue Mer' : Entre l'horizon et le coin de gouttière

Posez vos valises. Ne les déballez pas tout de suite, vous pourriez avoir besoin de les jeter par la fenêtre dans un accès de rage lucide d'ici dix minutes. Pour l'instant, l'adrénaline du check-in coule encore dans vos veines comme un shot d'expresso coupé au cyanure. Vous avez payé. Oh, vous avez payé cher. Le supplément « Vue Mer » figure sur votre facture avec la solennité d'une amende pour crime de lèse-majesté. Cent cinquante euros par nuit. Le prix d'un rein sur le dark web ou de trois pleins d'essence pour une petite citadine. Mais qu'importe, car vous allez enfin communier avec l'infini.

Vous vous avancez vers la baie vitrée avec l'onction d'un prêtre s'approchant de l'autel. Vous tirez les rideaux en lin beige — un beige « sable d'Orient » qui cache en réalité la sueur des trois mille touristes qui les ont empoignés avant vous — et vous attendez le choc. L'illumination. Le bleu.

Et là, c'est le drame géométrique.

Face à vous, il n'y a pas l'Atlantique. Il n'y a pas la Méditerranée. Il y a un mur. Un mur en crépi beige — décidément, le beige est la couleur officielle du racket — appartenant à l'aile B de l'hôtel. Sur ce mur, une unité de climatisation Mitsubishi crachote une eau saumâtre qui finit sa course dans une gouttière en zinc rouillé, où un pigeon déplumé semble en train de méditer sur la fin du capitalisme.

Vous clignez des yeux. Vous vérifiez le numéro de la chambre. Vous relisez le dépliant : « Vue Mer Latérale ». C'est ici que le génie marketing rencontre la trigonométrie de l'arnaque. Dans le langage hôtelier, le mot « latéral » possède une

élasticité sémantique que la NASA elle-même envierait. Il signifie que pour apercevoir un fragment de molécule d'eau salée, vous allez devoir engager un processus physique qui s'apparente davantage à une séance de torture médiévale qu'à une thalassothérapie.

Analysons la posture. Pour voir la mer, vous devez :

1. Sortir sur le balcon (qui fait la taille d'une boîte de cure-dents).
2. Vous coller contre la rambarde, le plexus solaire compressé contre le métal brûlant.
3. Pivoter le buste à 135 degrés vers la gauche, tout en gardant les pieds ancrés au sol pour éviter de basculer dans le vide.
4. Incliner la tête à un angle de 45 degrés vers le haut pour contourner le surplomb du balcon de l'étage supérieur.
5. Plisser les yeux très fort pour faire abstraction de la parabole Canal+ et de la chaussette de sport qui sèche chez le voisin.

Et là, entre deux tuiles et un conduit d'aération, vous le voyez. Un triangle bleu de la taille d'un timbre-poste. Un reflet azur qui pourrait aussi bien être un morceau de bâche de chantier ou une piscine gonflable installée sur un parking. Mais c'est elle. C'est la Mer.

Félicitations. Vous venez de payer deux mille balles la semaine pour avoir le droit de vous déboîter la quatrième cervicale trois fois par jour.

C'est ce qu'on appelle le « Syndrome de la Girafe Hôtelière ». L'industrie du tourisme a compris que l'être humain est prêt à accepter n'importe quel inconfort physique tant qu'on lui vend une « perspective ». On vous vend une idée, pas une réalité. On vous vend le concept de l'horizon, même si cet horizon est obstrué par le local poubelle. D'ailleurs, si vous allez voir la réceptionniste — appelons-la Chloé, une jeune femme dont le sourire est aussi authentique qu'un sac Louis Vuitton acheté à Vintimille — pour lui signaler que vous voyez surtout la gouttière, elle vous

répondra avec un aplomb terrifiant :

« Mais Monsieur, c'est une question de point de vue. La mer est là. Elle est présente. C'est une chambre à énergie marine. »

Traduction : « On t'a bien eu, pauvre type, et maintenant retourne faire tes étirements sur ton balcon de deux mètres carrés. »

Le plus fascinant reste l'analyse coût-avantage du pixel bleu. Si l'on divise le montant du supplément par la surface réelle de mer visible depuis votre chambre, on arrive à des chiffres qui feraient passer le prix de l'immobilier à Monaco pour une braderie Emmaüs. Vous payez environ 45 euros le centimètre carré de flotte. À ce prix-là, ce n'est plus de la location de vacances, c'est de l'investissement dans l'art abstrait. Vous ne regardez pas l'océan, vous admirez une œuvre minimaliste intitulée « Bleu partiel derrière béton sale ».

Mais le génie de l'entubage ne s'arrête pas là. Car une fois que vous avez accepté votre sort de contorsionniste, le syndrome de Stockholm s'installe. Vous commencez à justifier l'arnaque. Vous vous surprenez à dire à votre conjoint(e) : « Finalement, c'est pas plus mal, on a un peu d'ombre grâce au mur de l'aile B. Et regarde, si on se met sur la pointe des pieds en tenant le montant de la fenêtre, on voit même l'écume quand il y a du vent ! »

C'est le propre du pigeon de luxe : il décore sa cage. Vous commencez à trouver une certaine poésie à cette gouttière. Vous observez le pigeon déplumé avec une sorte de camaraderie mélancolique. Lui aussi est là, coincé entre deux blocs de béton, à regarder un reflet bleu qu'il ne pourra jamais atteindre. Sauf que lui, il n'a pas payé le supplément « Vue Mer ». Il est plus intelligent que vous. Il vous chie sur la rambarde pour vous rappeler la hiérarchie naturelle des espèces.

Et que dire du moment fatidique du coucher de soleil ? Ce moment où, dans les brochures, un couple parfait trinque avec du champagne devant un disque de feu

s'enfonçant dans l'onde. Chez vous, le coucher de soleil est une expérience purement auditive. Vous entendez les gens de l'étage du dessus — ceux qui ont la « Vue Mer Frontale », les vrais rois, ceux qui ont probablement vendu un enfant pour payer la suite — s'extasier : « Oh, c'est magnifique ! Quelle lumière ! »

Pendant ce temps, vous, vous êtes dans l'ombre portée du bâtiment d'en face. Le soleil a disparu derrière le bloc de béton depuis 16h30. Pour vous, le crépuscule, c'est juste le moment où le crépi beige passe du jaune pisse au gris déprime. Vous buvez votre mousseux tiède du minibar (18 euros la demi-bouteille) en regardant le vent agiter un sac plastique coincé dans la gouttière. C'est votre méduse à vous. Elle est urbaine, elle est moderne, elle est incluse dans le prix.

Le pire, c'est que le lendemain, quand vous descendrez au petit-déjeuner, vous ferez semblant. Vous croiserez d'autres clients dans l'ascenseur, et quand on vous demandera « Alors, la chambre est bien ? », vous répondrez avec un petit sourire entendu : « Ah, la vue est incroyable. On est vraiment face à l'eau. »

C'est un pacte tacite. On ne peut pas admettre qu'on s'est fait dépouiller pour voir un tuyau d'évacuation. Si on l'admet, l'arnaque devient réelle. Si on ment, l'arnaque devient une expérience de vie. On transforme le braquage en aventure.

En remontant dans votre chambre, vous regarderez à nouveau ce coin de gouttière. Vous commencerez même à lui donner un petit nom. « Oh, regarde, il y a encore un peu d'eau qui coule de la clim sur l'horizon, c'est presque une cascade. » Vous êtes mûr. Vous êtes le client idéal. Celui qui paye pour la frustration et qui remercie le bourreau.

Parce qu'au fond, dans ce monde aseptisé, qu'est-ce qu'une vraie vue mer ? C'est ennuyeux, l'infini. C'est plat. C'est monotone. Tandis qu'une vue latérale avec angle mort, c'est un défi. C'est un sport. C'est une quête de chaque instant pour justifier le chiffre qui s'affichera sur votre relevé bancaire à la fin du mois. Vous n'êtes pas un touriste, vous êtes un explorateur de l'absurde. Un Christophe Colomb du balcon miteux, cherchant désespérément un nouveau monde entre deux antennes râteau.

Alors, inclinez encore un peu la tête. Un peu plus. Voilà. Vous sentez cette petite douleur à la base du crâne ? C'est le prix de la beauté. C'est le craquement de votre dignité qui se brise en même temps que vos vertèbres. Mais souriez : à travers le reflet de la vitre sale du voisin, si on plisse très fort les yeux, on pourrait presque croire que le ciel est en bas. Et c'est sans doute la chose la plus proche de la mer que vous verrez de tout votre séjour.

Bienvenue au club. On vous prépare la facture finale, elle est aussi latérale que votre vue : on ne la voit pas venir, mais elle vous tord le cou d'un seul coup.

Chapitre 3

Le Petit-Déjeuner à 80€ : L'œuf qui valait de l'or

Huit heures du matin. C'est l'heure où le commun des mortels se réveille avec une haleine de poney et l'espoir vague d'un café noir. Mais pas vous. Vous, vous êtes dans un établissement qui arbore plus d'étoiles qu'un général soviétique en fin de carrière, et vous vous apprêtez à commettre un acte de bravoure financière : vous allez « prendre le petit-déjeuner ».

Notez bien l'expression. On ne « mange » pas un petit-déjeuner à 80 euros. On l'investit. On l'habilite. On entre en communion avec le concept même de la plus-value indécente.

Le supplice commence par l'accueil. Un serveur, dont le brushing a coûté plus cher que votre premier loyer, vous escorte vers une table recouverte d'une nappe si blanche qu'elle pourrait aveugler un alpiniste. Il vous regarde avec cette condescendance polie propre aux gens qui savent que votre carte bleue va bientôt hurler à la mort. Il tire votre chaise avec la solennité d'un notaire ouvrant un testament. Vous êtes assis. Le braquage peut commencer.

Parlons d'abord du nectar des dieux : le jus d'orange « fraîchement pressé ». À 22 euros le verre de 15 centilitres, on ne parle plus de boisson, on parle de transfusion de platine liquide. À ce tarif-là, on s'attend à ce que l'orange ait été massée quotidiennement par des vierges siciliennes et qu'elle ait écouté l'intégrale de Mozart pour apaiser son acidité. On vous le sert dans un verre en cristal si fin qu'un simple éternuement pourrait le pulvériser, libérant ainsi un liquide dont le prix au litre dépasse celui d'un Chanel N°5 millésimé. Vous le sirotez avec une terreur sacrée, en essayant de détecter des notes de « terroir » ou de « soleil levant », alors que tout ce

que vous sentez, c'est le goût métallique de votre propre banqueroute.

Puis, vous vous levez pour affronter le Buffet.

Le Buffet, c'est le triangle des Bermudes de votre dignité. C'est là que des adultes rationnels, chefs d'entreprise ou chirurgiens renommés, se transforment en rats de laboratoire affamés, prêts à se battre pour la dernière tranche de saumon fumé qui a l'air d'avoir été découpée au scalpel laser. Dans cet espace, le luxe est une mise en scène du vide. Les plats sont immenses, mais le contenu est microscopique. On dirait une exposition d'art contemporain intitulée « L'Angoisse de la Famine sous les Tropiques ».

Vous tombez nez à nez avec le Croissant. Mais attention, pas le croissant de la boulangerie « Chez Roger » où la graisse trans transperce le sachet en papier. Non. Ici, le croissant est une Relique Sacrée. Il repose sous une cloche en argent, entouré d'un halo de lumière tamisée. Il est si sec, si parfaitement feuilleté, qu'on dirait qu'il a été sculpté dans du parchemin médiéval par un moine asthmatique. Quand vous le croquez, il n'y a pas de bruit de mie moelleuse, juste un craquement sinistre, celui de 1994 qui s'effrite entre vos dents. C'est un croissant qui n'a pas pour but de vous nourrir, mais de vous rappeler que le plaisir est une notion vulgaire. Le vrai luxe, c'est la privation croustillante.

Et là, au milieu de ce champ de bataille d'opulence stérile, apparaît la star du show. L'objet du délit. L'Egg.

L'œuf à 80 euros (formule complète incluse, merci de ne pas pleurer sur la nappe).

Ce n'est pas un œuf, c'est une promesse politique. Il est servi dans un coquetier qui semble avoir été forgé dans les larmes d'un actionnaire de chez LVMH. Le serveur s'approche avec un petit marteau en argent — car utiliser le dos de votre cuillère serait un crime de lèse-majesté — et procède à la décapitation de la bête.

Regardez-le, ce jaune. Il est là, insolent, brillant, d'un orange si saturé qu'on soupçonne la poule d'avoir été nourrie exclusivement au safran et aux billets de 500 euros. Vous trempez votre « mouillette » (qui est en réalité un bâtonnet de pain brioché dont le prix unitaire permettrait de racheter la Grèce) dans ce liquide sacré. Et là, c'est le choc.

C'est un œuf.

C'est juste... un œuf.

Mais votre cerveau, ce traître, refuse de l'admettre. Vous avez payé 80 euros. Votre ego est en otage. Alors, vous fermez les yeux, vous inclinez la tête comme si vous goûtiez une révélation divine, et vous lâchez un « Hmm, quelle subtilité en bouche » qui ferait passer n'importe quel influenceur Instagram pour un amateur de kebab de gare. Vous vous mentez à vous-même avec une ferveur religieuse. Vous cherchez des saveurs de truffe blanche là où il n'y a que de la protéine de volaille standardisée. Vous vous persuadez que ce goût de sel de Guérande récolté à la pince à épiler justifie de ne pas changer vos pneus de voiture ce semestre.

Pendant ce temps, autour de vous, c'est le ballet des ombres. Il y a ce couple de quinquagénaires russes qui mangent leurs œufs à la coque avec une tristesse si profonde qu'on dirait qu'ils enterrent un proche à chaque bouchée. Il y a ce « digital nomad » en lin froissé qui photographie son avocat sur toast sous dix angles différents, essayant de capturer l'essence de sa propre vacuité. Tout le monde sait qu'on se fait braquer, mais personne ne veut être le premier à crier au voleur. C'est le pacte de silence de la haute bourgeoisie : on paye pour avoir le droit de mépriser ceux qui ne peuvent pas payer pour être aussi déçus que nous.

Soudain, vous remarquez le pot de confiture. C'est un minuscule récipient de 30 grammes. Sur l'étiquette, il est écrit : « Fraises des bois cueillies à la main sous la

pleine lune ». Vous l'ouvrez. C'est de la pectine rouge avec trois pépins qui se battent en duel. Vous l'étalez sur votre morceau de pain rassis (pardon, votre « pain de campagne ancestral au levain de 1920 ») et vous vous demandez si la main qui a cueilli ces fraises appartient à une divinité ou à un stagiaire sous-payé dans une usine de l'Essonne. Spoiler : la réponse est dans la marge opérationnelle de l'hôtel.

Le service, lui, continue son œuvre de démolition psychologique. Le serveur repasse toutes les quatre minutes pour vous demander si « Monsieur désire autre chose ». C'est une technique de vente agressive déguisée en courtoisie extrême. Chaque fois qu'il remplit votre tasse de café (un café si noir et si amer qu'on dirait qu'il a été filtré à travers les regrets d'un poète maudit), vous sentez un supplément de 10 euros planer dans l'air. On vous propose des baies de Goji ? Dites non. On vous propose un assortiment de charcuteries ibériques dont le porc a probablement fait des études supérieures ? Fuyez. Chaque acquiescement est un clou de plus dans le cercueil de votre épargne retraite.

Et puis vient le moment de vérité. L'addition.

Le serveur l'apporte sur un petit plateau en cuir, pliée discrètement comme un secret d'État. Vous l'ouvrez. Le chiffre est là. 80 euros. Plus les taxes. Plus le service. Plus le « supplément vue sur mer » (même si, comme on l'a vu au chapitre précédent, vous n'avez vu que l'antenne râteau du voisin et un bout de bâche bleue).

Vous faites le calcul mental. Avec 80 euros, vous auriez pu acheter :

1. Trente-six kilos de pâtes.
2. Un aller-retour pour Prague sur une compagnie aérienne qui perd vos bagages.
3. Environ 160 œufs au supermarché du coin.

Mais non. Vous avez choisi l'Oeuf qui valait de l'or. Vous avez choisi d'appartenir à l'élite de ceux qui se font plumer avec élégance.

Vous signez. Vous laissez un pourboire, parce que votre orgueil est désormais le seul rempart contre la réalisation brutale de votre stupidité. Vous vous levez, le ventre à la fois plein de vide et lourd de regrets, et vous sortez de la salle à manger en essayant de marcher avec la prestance d'un homme qui vient de vivre une expérience sensorielle transcendante.

En réalité, vous venez juste de payer le prix fort pour un morceau de cholestérol et beaucoup de marketing. Bienvenue dans la gastronomie de luxe : l'art de vous faire payer l'air entre les bulles de votre omelette au prix de l'oxygène sur Mars.

Vous sortez sur la terrasse. Le soleil brille. Votre estomac gargouille déjà. C'est normal : le luxe, ça ne nourrit pas, ça décore. Demain, promis, vous irez au McDo. Mais pour l'instant, savourez ce moment : vous êtes officiellement le pigeon le plus cher du littoral. Et ça, ça n'a pas de prix. Enfin si, ça en a un : 80 euros. Hors boissons.

Chapitre 4

Le Groom : Le seul homme capable de vous juger sur l'usure de votre valise

Il vous attend. Juste là, devant le portique en fer forgé qui sépare le monde des mortels de celui des gens qui portent des mocassins sans chaussettes. Il est vêtu d'une livrée si impeccable qu'elle semble avoir été repassée à l'azote liquide, coiffé d'un bibi qui défie les lois de la gravité et de la virilité, et il affiche une expression faciale située exactement à mi-chemin entre la dévotion d'un moine bouddhiste et le mépris d'une reine de France face à une rupture de brioches.

C'est le Groom.

Dans la hiérarchie sociale de l'hôtellerie de luxe, le groom est le douanier de votre âme. Il ne vous regarde pas dans les yeux — ce serait vous accorder trop d'importance. Non, son regard est un scanner laser de précision militaire, calibré pour une seule et unique mission : évaluer la résistance à la torsion et le prestige moléculaire de vos bagages.

Vous sortez de votre voiture de location (une citadine grise qui sent encore le sapin désodorisant et la honte) et vous ouvrez le coffre. C'est là que le drame se noue. C'est le moment de vérité, celui où votre imposture est révélée au grand jour. Parce que vous avez beau porter une chemise en lin fraîchement achetée et une paire de lunettes de soleil qui couvre la moitié de votre visage pour masquer votre angoisse, votre valise, elle, ne ment pas.

Elle est là. Votre valise Décathlon. Ou pire : une " Samsonite " qui a survécu à trois séminaires à Limoges et un voyage scolaire en 2012. Une horreur en polycarbonate

thermoformé, rayée par les tapis roulants de l'aéroport d'Orly, avec une roue qui couine — un cri de détresse métallique qui résonne sur le marbre de l'entrée comme un pet dans une cathédrale.

Le Groom s'approche. Il ne court pas. Un groom ne court jamais, il glisse. Il semble flotter à quelques millimètres du sol, porté par le souffle de sa propre supériorité morale. Il s'arrête à une distance de sécurité sanitaire de votre bagage. Il incline légèrement la tête, comme un expert en art devant une croûte achetée dans une brocante de province.

À cet instant précis, vous lisez tout dans son regard.

Il a vu la fermeture Éclair qui menace de lâcher sous la pression de vos trois maillots de bain et de votre trousse de toilette en plastique transparent. Il a noté l'étiquette de vol "Economy" qui pendouille encore, tel un certificat de pauvreté agité sous son nez. Il a détecté, avec une acuité quasi surnaturelle, que la poignée télescopique a du jeu. Pour lui, vous n'êtes pas un client. Vous êtes un incident logistique. Vous êtes une erreur de casting. Vous êtes l'homme qui a osé apporter du nylon là où seul le cuir de veau pleine fleur a droit de cité.

« Je m'en occupe, Monsieur », dit-il d'une voix si suave qu'elle pourrait lubrifier les rouages d'une montre suisse.

Mais ne vous y trompez pas. Ce "Monsieur" est un condensé d'insultes. Dans sa bouche, cela signifie : « Je vais toucher cet objet immonde avec mes gants blancs, mais sachez que je vais devoir les brûler après, et que je vais facturer l'incinération à votre karma. »

Il saisit la poignée. Le couinement de la roue défaillante retentit à nouveau : *skritch-skritch-skritch*. C'est le bruit de votre dignité qui se fait scalper. Le Groom ne cille pas. Il maintient son dos droit, son menton haut, portant votre sac en toile

comme s'il s'agissait d'un sac poubelle contenant les restes d'un raton-laveur. Il le pose sur son chariot doré — un chariot qui, à lui seul, coûte le prix de votre premier apport immobilier — et là, l'humiliation atteint son paroxysme.

Votre valise se retrouve côte à côte avec une malle Vuitton en cuir vieilli appartenant au type qui vient de descendre d'une Aston Martin. Le contraste est insoutenable. C'est la rencontre entre une courtisane du Second Empire et une glacière de camping. Le Groom range votre bagage tout en bas, sous un sac de golf en croco, pour éviter que la rotture ne contamine le prestige par simple proximité moléculaire.

Alors que vous marchez vers la réception, vous vous sentez nu. Vous avez l'impression que chaque client du lobby sait désormais que vous achetez vos sous-vêtements par lots de trois au supermarché. Vous essayez de compenser en adoptant une démarche nonchalante, mais vous trébuchez sur le tapis de luxe, parce que vos chaussures n'ont pas l'habitude d'une telle densité de laine au centimètre carré.

Le Groom, lui, a déjà trois coups d'avance. Il sait déjà que vous n'allez pas commander de bouteille de champagne à 400 euros dans votre chambre. Il sait que vous allez piquer les petits flacons de gel douche Hermès pour les ramener chez vous et les exposer dans votre salle de bain d'invités comme des trophées de chasse. Il sait tout. Le Groom est un psychologue qui n'a pas besoin de vous faire parler ; il lui suffit de soulever votre sac de voyage pour connaître votre solde bancaire et la marque de votre lave-vaisselle.

Arrivé dans la chambre, le supplice continue. Il dépose votre valise sur le repose-bagage en acajou avec une précaution exagérée, presque ironique.

« Souhaitez-vous que je défasse vos bagages, Monsieur ? »

L'horreur. L'image de ce prince de la logistique tombant sur vos chaussettes

dépareillées, votre pyjama avec un trou sous l'aisselle et votre tube de crème solaire périmé depuis la Coupe du Monde 2018 vous traverse l'esprit comme un éclair. Vous bafouillez un « Non, merci, je vais gérer » qui sonne comme l'aveu d'un coupable devant un tribunal de grande instance.

Vient alors le moment du pourboire.

C'est le test final. Le boss de fin de niveau. Vous plongez la main dans votre poche. Votre cerveau est en surchauffe. 5 euros ? C'est le prix d'un café ici, il va se foutre de ma gueule. 20 euros ? C'est le prix de mon dîner de demain si je veux tenir jusqu'à la fin de la semaine. 10 euros ? C'est le pourboire de la lâcheté, celui qui dit : « Je sais que je suis un gueux, mais s'il vous plaît, ne le dites pas trop fort au concierge. »

Vous lui tendez un billet. Il le prend d'un geste sec, une pince chirurgicale qui prélève un échantillon. Il vous remercie avec une inclinaison de tête qui signifie exactement : « Merci pour cette obole, pauvre homme, je m'en servirai pour m'acheter un cure-dent de luxe. »

Il sort. La porte se referme avec le clic feutré de la perfection technique.

Vous êtes seul. Dans une chambre à 600 balles la nuit, face à votre valise Décathlon qui semble soudain minuscule, ridicule, et outrageusement violette. Vous vous asseyez sur le lit — un matelas si confortable qu'il semble vouloir vous engloutir pour effacer votre existence médiocre — et vous réalisez la terrible vérité.

Le Groom ne vous a pas jugé sur votre argent. Il vous a jugé sur votre capacité à simuler la possession de l'argent. Et dans ce jeu de dupes, vous venez de perdre par KO technique dès le premier round. Vous avez payé pour la vue sur mer, mais le Groom, lui, vous a offert la vue sur votre propre réalité sociale.

Et cette vue-là, aucune crème de soin à l'extrait de perle ne pourra jamais l'effacer.

Vous êtes le type à la valise qui couine. Et dans ce palace, c'est une condamnation à perpétuité.

Demain, vous sortirez en rasant les murs, en espérant que le Groom de service soit un stagiaire myope. Mais ne rêvez pas : ils ont tous le même regard. Ils naissent avec. C'est une option d'usine fournie avec le chapeau.

Bienvenue dans le luxe : l'endroit où même un porteur de valise peut vous faire sentir que vous n'êtes rien d'autre qu'un touriste en transit dans un monde qui n'est pas le vôtre. Mais consolez-vous : votre valise, elle au moins, n'a rien senti. Elle est en plastique. Tout comme le sourire que vous afficherez en redescendant pour le petit-déjeuner.

Chapitre 5

Le Minibar : Le musée d'art contemporain le plus cher du monde

Une fois la porte refermée, le silence retombe. C'est un silence épais, gras, presque poisseux, le genre de silence qui n'existe que dans les chambres à cinq cents euros la nuit où l'on se demande soudain si l'oxygène n'est pas, lui aussi, facturé à la minute. Vous êtes seul. Enfin, pas tout à fait. Dans un coin de la pièce, trônant sur un tapis dont le prix au mètre carré suffirait à éponger la dette souveraine de la Grèce, se dresse le Sarcophage de l'Extorsion.

Appelons-le par son nom vulgaire : le minibar.

Mais ne vous y trompez pas. Ce n'est pas un réfrigérateur. Un réfrigérateur, c'est un truc domestique et rassurant qui contient du lait périmé et un reste de pâtes. Ici, vous êtes face à une installation d'art contemporain conceptuelle, une galerie d'exposition où chaque objet est protégé par un champ de force invisible et un système de capteurs infrarouges si sensibles qu'ils pourraient détecter l'hésitation d'un battement de cil. Bienvenue au Musée du Pillage Organisé.

Vous vous approchez, attiré par la lumière bleutée et chirurgicale qui émane de l'engin. C'est la même lumière qu'on trouve dans les blocs opératoires ou dans les morgues de luxe. Vous ouvrez la porte avec la dévotion d'un archéologue profanant une tombe maya, et là, elles vous regardent. Elles sont là. Au centre de la scène, baignées dans un halo de gloire artificielle : les Noix de Cajou.

Elles ne sont pas dans un sachet plastique vulgaire que l'on déchire avec les dents comme un animal de foire. Non. Elles reposent dans un bocal en verre biseauté, scellé

par un sceau de cire que l'on n'oserait même pas briser pour une lettre du Pape. Sur l'étiquette, la typographie est d'un minimalisme tellement arrogant qu'elle vous insulte personnellement : « *Sélection Artisanale – 18 €* ».

Dix-huit euros.

Prenons un instant pour laisser cette information infuser dans votre cerveau embrumé par le jet-lag. Dix-huit euros pour quarante grammes de tubercules salés. À ce prix-là, on n'achète pas une collation, on investit dans une œuvre d'art comestible. À 450 euros le kilo, ces noix de cajou coûtent plus cher que le caviar osciètre, plus cher que le plutonium, plus cher que le temps de cerveau disponible d'un influenceur Dubaïote.

On imagine la scène de la récolte. Ce ne sont pas des noix de cajou, ce sont des reliques. Elles ont probablement été cueillies à la main, une par une, par des moines tibétains ayant fait vœu de silence et de manucure extrême, sur des arbres centenaires arrosés exclusivement à l'eau de pluie filtrée par des diamants de sang. Chaque noix a été massée individuellement à l'huile de truffe blanche avant d'être séchée par le souffle chaud d'une vierge effarouchée. C'est la seule explication rationnelle. Ou alors, c'est juste que l'hôtel a décidé que puisque vous étiez assez stupide pour payer une chambre au prix d'un rein, vous étiez mûr pour la phase deux de l'arnaque : le hold-up nutritionnel.

Vous tendez la main. Vous avez faim. Mais vous vous ravisez. Vous savez comment ça marche. Ces petits génies de l'hôtellerie ont installé des capteurs de poids. Si vous soulevez le bocal plus de trois secondes pour lire la liste des ingrédients (qui se résume probablement à "Cajou, Sel, Mépris"), le système informatique de l'hôtel envoie une notification immédiate à la comptabilité. À l'étage du dessous, une imprimante laser s'active dans un bruit de soie et inscrit « 18.00 € » sur votre note, avec la même implacabilité qu'une condamnation à mort.

Reposer l'objet ? Trop tard. Le capteur a déjà détecté le changement de pression atmosphérique induit par votre tremblement de main. Vous êtes en train de négocier avec un frigo, et le frigo est en train de gagner.

À côté des noix de cajou, il y a la bouteille d'eau de 33cl. Douze euros. C'est de l'eau d'Evian, certes, mais pas n'importe laquelle. À ce prix, elle a dû être prélevée directement dans le nuage avant même qu'il ne touche le sol des Alpes, pour éviter toute contamination par la plèbe montagnarde. C'est une eau si pure qu'en la buvant, vous risquez de dissoudre vos propres organes internes, trop sales pour elle.

Et que dire du minuscule paquet de Pringles à 9 euros ? Neuf euros pour une pile de purée de pommes de terre déshydratée et compressée en forme de parabole. C'est le seul endroit au monde où le prix du carton d'emballage dépasse la valeur faciale d'un ticket de métro. Si vous mangez une seule de ces tuiles, vous venez de déglutir le prix d'un café en terrasse à Paris, pourboire inclus. C'est un acte de vandalisme économique.

Le minibar est le test ultime de votre résistance psychologique. C'est là que le palace vérifie si vous avez vraiment les moyens de vos prétentions ou si vous n'êtes qu'un imposteur avec une carte bancaire qui transpire. Le riche, le vrai, celui dont le nom est gravé sur des ailes d'hôpitaux, ouvre le minibar, vide le bocal de cajou dans sa bouche comme s'il s'agissait de vulgaires gravillons, et laisse le bocal vide sur le lit sans même y penser. Pour lui, le minibar n'est pas un musée, c'est un distributeur gratuit.

Mais pour vous ? Pour vous qui avez calculé que le petit-déjeuner à 45 euros est "inclus dans le forfait" pour vous rassurer, le minibar est un champ de mines. Chaque mouvement est une potentielle faillite personnelle. Vous regardez la petite bouteille de Champagne de 20cl qui coûte le prix d'un plein d'essence pour une berline allemande. Vous savez qu'elle est tiède. Vous savez qu'elle va mousser agressivement et que vous n'aurez même pas de flûte digne de ce nom pour la boire, juste un verre à

dent en plastique sous cellophane. Et pourtant, la tentation est là.

Pourquoi ? Parce que vous avez soif. Non pas soif d'eau, mais soif de dignité. Vous voulez prouver à ce frigo que vous êtes le maître ici. Vous voulez briser le sceau de cire des noix de cajou tibétaines juste pour voir quel goût a l'insolence.

Alors, vous craquez. Vous saisissez le bocal. Vous entendez presque le "clic" électronique dans le mur, ce petit bruit de tiroir-caisse qui confirme que vous venez de vous faire racketter par un appareil électroménager. Vous ouvrez le couvercle.

Le premier constat est cruel : l'odeur est exactement la même que celle du sachet à 1,50 € du supermarché du coin. Vous en portez une à votre bouche. Vous croquez.

C'est sec. C'est beaucoup trop salé. C'est une noix de cajou qui a manifestement passé les trois dernières années à attendre un pigeon dans un caisson réfrigéré. Mais à 18 euros le bocal, votre cerveau refuse l'évidence. Il doit y avoir une subtilité. Vous cherchez une note de fond, un arôme caché de bois de santal ou de larmes de licorne. Rien. Juste du sel et du gras.

À ce moment précis, vous réalisez la grande vérité de l'hôtellerie de luxe : le prix n'est pas une garantie de qualité, c'est une mesure de votre isolement. On vous fait payer 18 euros ces noix de cajou parce qu'on sait que vous êtes en peignoir, qu'il pleut dehors, et que vous avez trop de pudeur pour descendre au hall et demander au Groom – celui-là même qui vous a jugé sur votre valise – où se trouve l'épicerie de nuit la plus proche.

Le minibar est une taxe sur la paresse et la honte.

Vous finissez le bocal en trois poignées. Soixante centimes la seconde de mastication. Vous vous sentez comme un empereur romain en fin de règne, dilapidant le trésor public pour des distractions futiles. Vous regardez le bocal vide. Il a l'air encore plus

arrogant maintenant qu'il est nu. Il vous nargue. Demain, la femme de ménage le ramassera avec un petit sourire entendu, sachant exactement ce qu'il vous en a coûté de céder à la pulsion.

Vous décidez alors de noyer votre culpabilité avec la bouteille de Coca-Cola à 10 euros. Vous l'ouvrez. Le "psschit" est le plus cher de votre vie. C'est le bruit de l'air qui s'échappe de votre compte épargne.

En reposant le verre, vous regardez par la fenêtre. La vue sur mer est toujours là, magnifique, imperturbable. Mais maintenant, elle a un goût de noix de cajou rance et de regret financier. Vous venez de comprendre que dans ce palais, même les objets inanimés sont là pour vous rappeler votre place dans la chaîne alimentaire.

Vous êtes le consommateur. Ils sont les prédateurs. Et le minibar est le piège à mâchoires serti de diamants dans lequel vous venez de glisser joyeusement la jambe.

Consolez-vous : le bocal en verre est consigné. Mais ne rêvez pas, ils ne vous rendront pas la consigne. C'est un don obligatoire au fonds de roulement du cynisme hôtelier. Vous vous couchez, l'estomac lourd d'un apéritif qui aurait pu payer un abonnement Netflix de deux ans, en espérant au moins que les moines tibétains touchent une commission sur la vente.

Spoiler : ils ne touchent rien. Ils n'existent pas. Il n'y a que vous, votre soif, et ce petit frigo qui ronronne doucement dans la nuit, comptant vos battements de cœur pour voir s'il ne peut pas vous facturer une taxe sur le sommeil paradoxal.

Chapitre 6

Le Menu des Oreillers : Pour ceux qui ne savent plus quoi faire de leur tête

Vous êtes là, allongé sur ce lit dont le surmatelas est si épais qu'il nécessite probablement un permis de construire, et vous fixez le plafond en essayant d'oublier que vous venez de dépenser le PIB du Kirghizistan dans un bocal de noix de cajou. Votre estomac gargouille une plainte en do mineur, et votre nuque, habituée à la rudesse prolétarienne d'un oreiller Ikea acheté en 2012, commence à protester contre ce luxe offensant.

C'est alors que vous la voyez. Posée sur la table de chevet, juste à côté d'une Bible en cuir de veau et d'une bouteille d'eau minérale à 14 euros dont la source est soi-disant située dans une crypte scellée sous les Alpes. Une brochure luxueuse, reliée avec un ruban de soie, vous regarde avec un mépris feutré. C'est le "Menu des Oreillers".

Parce que, voyez-vous, dans un hôtel cinq étoiles, dormir n'est plus une fonction biologique basique. C'est une performance artistique. C'est une sélection technico-spirituelle. On ne pose pas simplement sa tête sur un sac de plumes et on ferme les yeux comme un conducteur de poids lourd sur une aire d'autoroute. Non. Ici, on "optimise son architecture cranio-sacrée".

Le menu commence par une introduction lyrique sur l'importance du sommeil, écrite par un type qui a visiblement abusé du lexique de la physique quantique et de la poésie romantique allemande. On vous explique que votre tête est le "calice de vos rêves" et qu'elle mérite un "écrin à la hauteur de son fardeau cognitif". Traduction : on va vous facturer l'air que vous déplacez en ronflant.

Le premier choix sur la liste, c'est l'oreiller "Plumage de l'Olympe". La description est un chef-d'œuvre de cynisme marketing : *« Un assemblage délicat de duvets prélevés à la main sur des cygnes dépressifs élevés en altitude, là où l'air est si pur que les oiseaux ne pensent qu'à la finitude de l'existence. »*

Il faut comprendre le concept. On ne veut pas de plumes de canards heureux. Le canard heureux est gras, il est vulgaire, il a des rêves de mare aux canards et de morceaux de pain rassis. Non, pour votre cervicale gauche, il vous faut la mélancolie d'un cygne qui a lu Schopenhauer. On vous assure que la "densité de tristesse" du duvet offre un rebond incomparable. C'est le seul oreiller au monde qui soupire quand vous changez de position. Coût de l'option : le prix d'un rein sur le marché noir, mais c'est le prix à payer pour que votre inconscient se sente solidaire de la noblesse aviaire en déroute.

Si vous êtes plutôt branché technologie, vous passerez au "Cyber-Memory V3". Ce n'est pas un oreiller, c'est un agent de la NSA déguisé en mousse polyuréthane. La brochure prétend qu'il possède une "mémoire de forme adaptative à haute fréquence". En réalité, cette mousse est plus intelligente que vous. Elle ne se contente pas de mouler votre profil occipital ; elle l'analyse. Après trois minutes, l'oreiller connaît votre poids exact, votre niveau de stress, et probablement la date d'expiration de votre passeport.

Le "Cyber-Memory" a une mémoire tellement phénoménale qu'il se souvient mieux de votre code de carte bleue que vous-même. Si vous avez le malheur de bafouiller votre code au moment du check-out le lendemain, l'oreiller enverra discrètement un signal Bluetooth à la réception pour leur dire : *« Ne le laissez pas partir, il a menti sur son adresse fiscale et il a mangé les M&M's du minibar sans les déclarer. »* C'est un oreiller qui ne vous soutient pas la tête, il vous la surveille. C'est le premier pas vers le totalitarisme de la literie.

Pour les adeptes du New Age qui pensent que leur insomnie est due à un mauvais

alignement des chakras plutôt qu'au fait qu'ils ont bu quatre expressos à 12 euros après le dîner, il y a l'oreiller "Sérénité Minérale". C'est un sac de toile de jute rempli de graines de sarrasin bénies par un chaman en télétravail depuis une villa à Ibiza.

La sensation est unique : c'est comme dormir sur un sac de gravier qui aurait fait une école de commerce. À chaque fois que vous bougez, le bruit des graines qui s'entrechoquent rappelle le son d'une avalanche de pièces de monnaie tombant directement dans les caisses de l'hôtel. C'est très apaisant pour la direction. Le menu précise que ces graines ont été "exposées à des fréquences de guérison de 528 Hz pendant leur croissance". Ce qu'ils ne disent pas, c'est que ce sont les mêmes graines qu'on utilise pour le couscous de la cantine du personnel, mais passées au spray de lavande synthétique.

Puis, on arrive au sommet de l'absurde : l'oreiller "Air de l'Himalaya". Oui, c'est un oreiller gonflable. Mais attention, ce n'est pas le truc en plastique qui sent la piscine municipale que vous achetez à l'aéroport. Non, celui-ci est rempli d'un "vide pressurisé enrichi en ions négatifs".

C'est le seul objet au monde qui réussit l'exploit de vous vendre du rien dans une enveloppe en satin. Vous payez pour l'absence de matière. C'est l'homéopathie de la sieste. On vous explique que cet oreiller permet une "sustentation aérienne de la boîte crânienne", ce qui, dans le monde réel, signifie que votre tête va glisser de ce ballon de baudruche de luxe toutes les cinq minutes jusqu'à ce que vous finissiez par dormir directement sur le matelas, la bave aux lèvres et le moral en berne.

Vous appelez la "Gouvernante de Nuit" pour commander. Parce qu'on ne commande pas un oreiller, on "consulte pour une prescription de repos". Une femme arrive, gantée de blanc, portant les oreillers sur un plateau d'argent comme s'il s'agissait des Saintes Reliques. Elle vous regarde avec une pitié polie. Elle sait que vous êtes en train de craquer. Elle sait que le minibar vous a brisé psychologiquement et que vous cherchez désespérément un peu de confort pour justifier le massacre de votre compte

épargne.

« Monsieur a choisi le modèle "Plumes de Cygne en Burn-out" ? Très sage. C'est un choix qui dénote une grande sensibilité aux ondes telluriques. »

Elle pose l'objet. Elle le tapote avec une précision chirurgicale. Elle vous demande si vous souhaitez une "brumisation d'oreiller". C'est une option à 25 euros qui consiste à vaporiser de la flotte avec un vague parfum de camomille sur le tissu. Vous acquiescez, totalement lobotomisé par le luxe ambiant. À ce stade, si elle vous proposait de vous border en vous chantant l'intégrale de Céline Dion pour 200 euros, vous diriez oui.

Elle repart en glissant sur la moquette, sans faire de bruit, telle une ombre envoyée par le fisc. Vous vous retrouvez seul avec votre oreiller à plumes dépressives. Vous posez votre tête.

C'est dur.

C'est étrangement dur. On dirait que le cygne en question n'était pas seulement dépressif, mais qu'il souffrait aussi d'une calcification sévère. Ou alors, c'est la "mémoire de forme" qui a déjà commencé à se durcir pour enregistrer vos péchés de la journée. Vous essayez de trouver une position, mais le ruban de soie du menu vous nargue depuis la table de chevet.

Vous finissez par comprendre la grande vérité de l'hôtellerie de luxe : plus on vous propose de choix pour votre confort, moins vous avez de chances de dormir. Le "Menu des Oreillers" n'est pas là pour vous aider à sombrer dans les bras de Morphée. Il est là pour vous maintenir éveillé, à peser le pour et le contre de chaque gramme de duvet, à vous demander si vous avez bien fait de ne pas prendre l'option "Mousse infusée aux particules d'or 24 carats".

Vous passez la nuit à lutter contre une pile de coussins qui valent plus cher que votre première voiture, en regrettant l'époque où vous dormiez sur un sac à dos roulé en boule dans un train de nuit. Mais au moins, demain matin, quand on vous demandera si vous avez bien dormi, vous pourrez répondre avec un sourire crispé : « Divinement. On sent vraiment que le cygne était au bout du rouleau. »

Et c'est ça, le vrai luxe : souffrir en silence dans des matières nobles, tout en sachant que même votre nuque a participé au grand effort de redistribution des richesses, de votre poche vers le coffre-fort de l'hôtel. Dormez bien, si vous le pouvez. Le "Cyber-Memory" vient de noter que votre rythme cardiaque a augmenté. Il va probablement vous suggérer un massage du cuir chevelu à 300 euros au réveil. _Fin du chapitre._

Chapitre 7

La Piscine à débordement (de frais supplémentaires)

Vous voilà donc debout, la nuque raidie par un oreiller à trois cents euros qui a manifestement décidé de venger la mort de son cygne d'origine sur vos cervicales. Vous descendez vers le Graal, l'atout maître de la brochure, l'argument qui a fait basculer votre carte bleue dans le coma : la piscine à débordement. Sur le site web, elle ressemblait à une fusion mystique entre l'océan Indien et le nirvana. En réalité, c'est une flaque d'eau turquoise de vingt centimètres de profondeur, perchée sur un balcon en béton armé, où le seul truc qui déborde vraiment, c'est l'ego des gens qui sont dedans.

Bienvenue dans le « Concept Plage Verticale ». C'est ici que le luxe rencontre l'absurde, dans un fracas d'eau chlorée et de notifications Instagram.

Commençons par la profondeur. Vingt centimètres. À ce niveau-là, on ne nage pas, on rampe. C'est une piscine pour tritons dépressifs ou pour mannequins en fin de contrat qui n'ont plus la force de soulever leurs propres extensions capillaires. Si vous tentez une brasse coulée, vous vous épluchez les genoux sur le carrelage en mosaïque italienne (facturé 15 euros le centimètre carré dans votre forfait « Accès Wellness »). On vous explique que c'est un choix « esthétique et zen », une invitation à la « méditation contemplative ». Traduction : l'architecte a oublié que l'eau, ça pèse lourd, et si on en mettait plus, l'immeuble s'effondrerait sur le buffet des petits-déjeuners. Alors, on vous vend de la « pataugeoire de prestige ».

Mais le vrai spectacle, ce n'est pas l'horizon, c'est la faune. Vous êtes entouré de spécimens rares que la science nomme les *Homo Instagrabilus*. Ils ne sont pas venus pour se baigner. Se baigner, c'est pour les gueux qui ont chaud. Eux sont là

pour « créer du contenu ».

Regardez cette jeune femme à votre gauche. Elle porte un maillot de bain qui coûte le PIB du Laos, mais qui ne doit surtout pas être mouillé, sous peine de se désintégrer ou de perdre son lustre « perle de culture ». Elle passe quarante-cinq minutes à chercher l'angle mort du soleil pour que sa cellulite disparaisse par miracle numérique. Son compagnon, que nous appellerons « l'Esclave de l'Objectif », est en train de risquer une hydrocution et une chute de trois étages pour prendre une photo d'elle de dos, regardant le vide, avec une légende philosophique du type : *« Le silence est l'écho de l'âme. Blessed LuxuryLife NoFilter (Sauf les 12 filtres que j'ai mis) »*.

Ils sont tous là, figés dans des poses qui donneraient une scoliose à un contorsionniste du Cirque du Soleil, simulant une extase spirituelle alors qu'en réalité, ils ont juste très hâte de sortir de cette eau à 22 degrés pour aller vérifier leur taux d'engagement. C'est le théâtre de l'absurde : vingt personnes dans un bassin, personne ne bouge, personne ne rit, personne n'éclabousse. Si vous avez le malheur de faire une petite bombe pour tester l'étanchéité de votre montre, vous recevez des regards si noirs que vous avez l'impression d'avoir commis un crime de guerre dans une cathédrale. Ici, l'eau est un miroir, pas un élément.

Et parlons-en, de l'eau. On vous vante une « eau de source filtrée aux ions d'argent ». En réalité, vu la profondeur, c'est une soupe chimique tiède composée à 40 % de chlore (pour dissoudre les restes de peau morte des riches), 30 % de crème solaire indice 50 à l'huile de Monoï, et 30 % de sueur d'angoisse. Il y a tellement de produits chimiques là-dedans que si vous restez plus de dix minutes, vous ressortez avec le teint de Hulk et la capacité de briller dans le noir. C'est une expérience de laboratoire à ciel ouvert.

Mais le génie du concept réside dans le « débordement ». Le principe technique est simple : l'eau coule par-dessus le bord pour donner l'illusion de l'infini. C'est

métaphorique. C'est surtout l'infini des frais supplémentaires.

Dès que vous posez une fesse sur un transat (lequel est « en option » si vous n'avez pas réservé la suite « Diamond-Infinity-Plus »), un steward apparaît comme par magie. Il ne marche pas, il glisse. Il porte un lin blanc impeccable et un sourire qui dit : « Je sais que tu n'as pas les moyens d'être ici, mais je vais quand même te facturer ton existence. »

— « Monsieur désire-t-il une brume rafraîchissante à l'eau de glacier suisse ? » vous demande-t-il.

— « C'est gratuit ? » demandez-vous avec la naïveté d'un enfant de cinq ans.

— « C'est inclus dans votre pack "Harmonie Cristalline". »

Notez bien le mot « inclus ». Dans le dictionnaire de l'hôtellerie de luxe, « inclus » signifie : « On l'a déjà prélevé sur votre caution avec une marge de 400 %, donc s'il vous plaît, prenez-en deux pschitts pour ne pas avoir l'impression de vous être fait braquer sans les mains. » La brumisation coûte 45 euros. C'est de l'eau du robinet passée dans un purificateur et vaporisée par un type qui gagne le SMIC, mais l'étiquette dit « Alpes Suisses », alors vous fermez les yeux et vous vous sentez soudainement très, très pur.

Puis vient le moment du cocktail. Vous ne pouvez pas être au bord d'une piscine à débordement sans un verre de couleur suspecte avec une tranche de fruit exotique qui a voyagé plus que vous pour arriver là. Le menu arrive. Le « Blue Infinity Mojito » affiche 35 euros. Pourquoi ? Parce qu'il y a de la « menthe sauvage cueillie à la main sur les pentes du Kilimandjaro ». En fait, c'est de la menthe flétrie du Carrefour Market d'à côté, mais le serveur vous la sert avec une telle solennité que vous avez l'impression de boire le sang du Christ en version givrée.

Vous sirotez votre boisson sucrée, assis dans vos vingt centimètres d'eau, en essayant d'ignorer le fait que votre voisin de droite est en train de se prendre en selfie sous six

angles différents avec son propre verre. Vous réalisez que vous payez environ 2 euros la minute pour être assis dans une flaque d'eau, entouré de gens qui font semblant d'être heureux pour des gens qui font semblant de les envier.

C'est là que le malaise s'installe. Le silence « zen » est interrompu par une musique lounge minimaliste, un battement de basse sourd qui semble avoir été conçu pour vous donner envie de dépenser de l'argent ou de vous ouvrir les veines avec une petite cuillère en argent. On appelle ça le « Sound Design ». C'est en fait un outil de torture psychologique pour vous empêcher de réfléchir à la vacuité de la situation.

Regardez l'horizon. C'est beau, non ? Cette ligne où le bleu de la piscine rencontre le bleu de la mer. C'est la seule chose qui soit vraie. Mais pour profiter de cette vue, vous avez dû accepter de devenir un figurant dans un catalogue de vente par correspondance pour millionnaires dépressifs.

Soudain, un enfant — il y en a toujours un qui a réussi à échapper à la vigilance des surveillants du « Kids Club Platinum » à 150 euros l'heure — saute dans la piscine. *Splash.*

Le drame est total. L'onde de choc atteint la zone de confort de l'influenceuse. Ses cheveux sont mouillés. Le monde s'arrête de tourner. L'Esclave de l'Objectif lâche son iPhone 15 Pro Max de terreur. Le steward arrive avec une serviette en coton égyptien à 800 fils au cm² pour éponger le sacrilège.

Vous, pendant ce temps, vous rampez vers le bord, vos genoux frottant toujours le carrelage de luxe. Vous atteignez le rebord « infini ». Vous regardez en bas. Vous voyez les gens sur la plage publique, en bas, à trois cents mètres de là. Ils sont serrés comme des sardines, l'eau est pleine d'algues, mais ils ont l'air de s'amuser. Ils crient, ils jouent au ballon, ils mangent des sandwiches au thon qui sentent fort.

Vous les enviez.

Mais immédiatement, vous vous reprenez. Vous ajustez vos lunettes de soleil de marque (celles qui vous font ressembler à une mouche haut de gamme) et vous reprenez votre pose de statue grecque en phase terminale. Vous avez payé pour être ici. Vous avez payé pour ce débordement. Vous avez payé pour cette exclusivité qui consiste à s'ennuyer plus haut que les autres.

Alors que vous vous apprêtez à sortir de l'eau, le steward réapparaît.

— « Monsieur souhaite-t-il réserver son créneau pour le "Sunset Yoga Flow" de ce soir ? Il ne reste qu'une place sur la plateforme flottante. C'est un supplément de 120 euros, mais cela inclut un bol de baies de Goji bénies par un moine itinérant. »

Vous hésitez. Votre nuque vous lance. Votre compte en banque agonise. Mais vous regardez la piscine, ce miroir de votre propre vanité facturée au prix fort, et vous répondez :

— « Évidemment. On ne voudrait pas manquer de flow, n'est-ce pas ? »

Vous sortez de la flaque. Vous êtes trempé, vous avez froid, vous êtes ruiné, mais vous avez une photo. Une photo où vous avez l'air d'un dieu du stade contemplant l'éternité. Et au fond, c'est ça le vrai luxe : transformer une séance de thalasso pour pieds en un moment historique, juste assez longtemps pour que le chèque soit encaissé.

Dépêchez-vous d'aller vous sécher, le forfait « Serviette Moelleuse » expire dans cinq minutes. Passé ce délai, chaque minute de séchage sera facturée au tarif d'une consultation chez un dermatologue de stars. *_Fin du chapitre._*

Chapitre 8

Le Room Service : La gastronomie tiède sous cloche d'argent

Il est 22h14. Vous êtes assis sur le bord de votre lit King Size, vêtu d'un peignoir en coton égyptien si lourd qu'il semble avoir été conçu pour empêcher les clients de s'enfuir sans payer la taxe de séjour. Vous venez de vivre l'expérience « Yoga Flow » et votre corps réclame justice, ou au moins des calories. C'est à ce moment précis, dans le silence feutré d'une chambre à 600 euros la nuit, que surgit le démon de la paresse : le menu du Room Service.

Ce catalogue sur papier glacé est une œuvre de science-fiction majeure. Les photos, prises sous trois projecteurs par un photographe qui a probablement fait la couverture du **Vogue** Italie, vous présentent des plats qui n'existent pas dans notre dimension physique. Vous parcourez la liste avec la faim d'un naufragé. Votre regard s'arrête sur le totem de l'hôtellerie internationale, le pilier de la gastronomie de couloir : le Club Sandwich.

« Pain de mie toasté à la main, volaille fermière élevée au grand air des Alpes, bacon croustillant façonné par un artisan doreur, et œufs de poules ayant suivi un cursus de méditation transcendante. »

Prix : 45 euros.

Notez l'absence de pudeur. À ce prix-là, dans le monde réel, vous pouvez acheter une petite ville dans le Berry ou trois kilos de caviar de contrebande. Mais ici, dans la bulle du luxe aseptisé, 45 euros, c'est le tarif de base pour avoir le droit de mâcher quelque chose sans croiser le regard d'autres humains en tongs. Vous décrochez le téléphone.

— « Allô, le Room Service ? Je voudrais le Club Sandwich. »

— « Très bien, Monsieur. Souhaitez-vous l'accompagnement "Frites de l'Olympe" pour un supplément de 12 euros ou préférez-vous la "Salade de Jeunes Pousses Révoltées" ? »

Vous prenez les frites. Vous êtes déjà ruiné, autant finir en apothéose lipidique. L'interlocuteur vous annonce un délai de « vingt minutes ». C'est le premier mensonge. Dans le langage du Room Service, « vingt minutes » est une unité de temps élastique qui se situe quelque part entre la durée d'un mandat présidentiel et le temps nécessaire à la formation d'une stalactite.

L'attente commence.

À 22h45, vous avez déjà bu les deux bouteilles d'eau minérale à 9 euros du mini-bar. À 23h10, vous commencez à envisager sérieusement de manger le pot-pourri décoratif posé sur la commode Louis XV de chez Ikea. À 23h30, la faim a muté. Vous n'avez plus faim, vous êtes entré dans une phase de délire mystique où vous entendez le bacon vous appeler à travers les murs en placo.

C'est alors qu'on frappe. *Toc. Toc. Toc.*

C'est un frappé discret, le genre de frappé qui annonce soit une exécution capitale, soit une livraison de glucides hors de prix. Vous ouvrez. Un jeune homme en livrée, dont le regard trahit une envie profonde de démissionner pour aller élever des chèvres dans le Larzac, pousse un guéridon recouvert d'une nappe blanche plus empesée que votre propre dignité.

Le rituel commence. C'est la mise en scène du néant. Le serveur dispose les couverts avec une précision chirurgicale, déplace le sel de deux centimètres vers la gauche, vérifie l'alignement de la serviette par rapport à l'axe de rotation de la Terre, et enfin,

le moment de vérité : il soulève la cloche d'argent.

Pschitt. Un petit nuage de vapeur s'échappe. C'est l'âme de votre sandwich qui s'envole, vous laissant seul avec le cadavre.

Le spectacle est saisissant. Ce qui, sur la photo, ressemblait à un gratte-ciel de saveurs est en réalité une superposition de quatre triangles de pain de mie ayant l'épaisseur et la rigidité d'un carrelage de salle de bain. Le « toastage à la main » s'est apparemment limité à une exposition prolongée sous une lampe de bureau de 40 watts.

Le sandwich est tiède. Pas chaud, pas froid. Il possède cette température inconfortable que les scientifiques appellent le « point de rosée de la déception ». C'est la température d'un siège de métro en plein mois d'août.

Vous saisissez un premier triangle. La texture est fascinante. Grâce à la cloche d'argent — ce piège à humidité diabolique — le pain a réussi l'exploit physique d'être simultanément dur comme du bois sur les croûtes et spongieux comme une serpillière au centre. Le bacon, jadis « croustillant », a désormais la consistance d'un élastique à cheveux oublié dans une piscine. Quant à la volaille fermière, elle est si sèche qu'on pourrait s'en servir pour poncer un parquet.

Et les frites. Ah, les frites à 12 euros. Elles arrivent dans un petit cornet en faux journal, pour faire « authentique ». Elles sont tristes. Elles sont si molles qu'elles semblent avoir fondu sous le poids de leur propre existence. Si vous en lancez une contre le mur, elle restera collée, comme un signe de protestation silencieux contre le capitalisme tardif.

Le serveur vous tend l'addition. Avec la « taxe de service » et les « frais de présentation en chambre » (parce que marcher dans un couloir avec un chariot est une discipline olympique méconnue), la note s'élève à 67 euros.

Vous signez. Vous signez toujours. Vous êtes en peignoir, vous avez les cheveux ébouriffés par le vent marin de la clim' réglée sur 16°C, et vous venez de payer le prix d'un menu dégustation dans un restaurant étoilé pour manger une éponge au poulet.

Le serveur s'en va. Vous vous retrouvez seul face à votre assiette. C'est le moment de la confrontation. Vous croquez. Un cure-dent orné d'une petite collerette en plastique manque de vous perforer le palais. C'est l'architecture du Club Sandwich : il est maintenu debout par une forêt de pics en bois, tels les étais d'un immeuble de banlieue menaçant de s'effondrer.

Le goût ? C'est le goût de l'ennui. C'est le goût d'un aéroport international à 3 heures du matin. C'est neutre, c'est lisse, c'est conçu pour ne choquer personne, de l'oligarque russe au retraité suisse. C'est la gastronomie de l'entre-deux, le repas de ceux qui ont abandonné l'idée d'avoir une émotion culinaire.

Mais le pire, ce n'est pas le sandwich. Le pire, c'est le ketchup. On vous sert le ketchup dans ces petits bocaux en verre miniatures, si mignons qu'on a l'impression de nourrir un hamster de luxe. Vous essayez d'extraire la sauce avec un couteau à beurre, vous en foutez partout sur la nappe immaculée, et vous réalisez que vous êtes en train de vivre le sommet de votre vie sociale.

Une demi-heure plus tard, le carnage est terminé. Le guéridon trône au milieu de la chambre comme un autel sacrificiel. Vous avez mal au ventre, non pas parce que vous avez trop mangé, mais parce que votre estomac essaie de digérer le concept même de l'arnaque.

Vous regardez la cloche d'argent. Elle brille sous les spots du plafond. Elle est magnifique, cette cloche. C'est l'accessoire ultime. Sans elle, vous auriez juste mangé un casse-croûte médiocre devant Netflix. Avec elle, vous avez « dîné en suite ». La différence coûte 50 euros, mais la photo que vous prenez du chariot avant de l'attaquer — avec la vue sur la mer dans le flou d'arrière-plan — récoltera 150 likes

sur Instagram.

Et c'est là que réside le génie du Room Service. Ce n'est pas un service de restauration, c'est une agence de location d'accessoires de pouvoir. Vous payez pour l'illusion d'être quelqu'un d'important qui se fait servir par quelqu'un de moins important. Le fait que le sandwich ait le charisme d'un parpaing et la saveur d'un carton mouillé est totalement secondaire.

Vous vous couchez. Le pain de mie commence à gonfler dans votre œsophage, entamant une lente transformation en ciment à prise rapide. Demain matin, vous descendrez au petit-déjeuner buffet à 40 euros, où vous mangerez les mêmes œufs brouillés industriels que dans un Formule 1, mais servis dans une petite cocotte en fonte pour justifier le prix.

En attendant, vous vous endormez avec une certitude : le vrai luxe, ce n'est pas de bien manger. C'est d'avoir les moyens de payer très cher pour quelque chose de mauvais, sans que cela n'altère votre conviction que vous êtes en train de réussir votre vie.

N'oubliez pas de mettre le plateau dans le couloir avant de dormir. Il ne faudrait pas que l'odeur du bacon froid vienne corrompre l'arôme « Thé Vert et Sérénité » diffusé par les conduits d'aération à 5 euros l'heure. *_Fin du chapitre._*

Chapitre 9

Le Spa : Se faire peler le portefeuille au nom de la sérénité

Après avoir survécu à la digestion de votre sandwich au parpaing, vous émergez de vos draps en fil d'Écosse avec la démarche d'un survivant d'un crash aérien. Il est 10 heures. Le soleil de la Riviera tape déjà sur les vitres avec l'insistance d'un huissier de justice, et vous, dans un élan de masochisme financier que vous appelez « prendre soin de soi », vous décidez qu'il est temps d'aller au Spa. Parce qu'après tout, qu'est-ce que la vie, sinon une suite ininterrompue de tentatives pour se faire palper les tissus adipeux par une parfaite inconnue payée au lance-pierre, mais facturée au prix d'un rein sur le dark web ?

Le Spa de l'hôtel « L'Écume d'Or » ne s'appelle pas simplement un spa. C'est un « Sanctuaire Holistique de Régénération Quantique ». Dès que vous franchissez le seuil, l'air change. On ne respire plus de l'oxygène, mais un mélange gazeux composé à 12 % d'eucalyptus, 8 % de lavande bio et 80 % de condescendance. La réceptionniste, Clémence — qui semble avoir été cryogénisée à l'âge de 22 ans et nourrie exclusivement de graines de chia et d'eau de rosée — vous accueille avec un chuchotement si ténu qu'on dirait qu'elle essaie de ne pas réveiller un oisillon mourant.

Dans un spa de luxe, on ne parle pas. On expire des concepts.

« Monsieur a-t-il réservé son Voyage Sensoriel ? » demande-t-elle, ses yeux fixés sur votre carte Platinum avec une dévotion quasi religieuse. Vous acquiescez, même si au fond de vous, le seul voyage que vous aviez prévu était celui qui mène du lit au buffet, puis du buffet au transat. Mais vous êtes là pour le « Rituel de l'Éveil des Roches Volcaniques de l'Himalaya-sur-Mer ». 250 euros pour soixante minutes. C'est

à peu près le prix d'un vol aller-retour pour la Grèce, mais sans les grèves d'Air France et avec beaucoup plus d'huile de sésame sur les fesses.

La première étape de votre dépouillement spirituel commence dans les vestiaires. On vous remet l'uniforme officiel du pigeon de bord de mer : le peignoir en éponge tellement épais qu'il pourrait arrêter une balle de 9mm, et les chaussons en mousse qui vous donnent la démarche d'un canard atteint de goutte. On vous donne aussi un slip jetable. Parlons-en, de ce slip. C'est un triangle de filet de pêche noir, si fin qu'il semble avoir été tissé par une araignée dépressive. Une fois enfilé, vous avez l'air d'un rôti de porc ficelé par un stagiaire charcutier. C'est le moment exact où votre dignité, après avoir lutté toute la nuit contre le sandwich au carton, décide de quitter votre corps pour de bon.

Vous attendez dans la « Salle de Repos », une pièce sombre où brûlent des bougies qui coûtent plus cher que votre premier loyer étudiant. On vous sert une infusion. Ce n'est pas du thé. C'est de « l'eau dynamisée aux cristaux de quartz et zestes de citron yuzu cueilli à la pleine lune ». En réalité, c'est de l'eau chaude avec un goût de foin mouillé, mais comme elle est servie dans une tasse en céramique artisanale dont le fond n'est pas plat, vous vous sentez soudainement très cultivé.

Puis, Clémence (ou sa jumelle maléfique, on ne sait plus, elles ont toutes le même chignon serré qui leur tire les sourcils jusqu'aux oreilles) vient vous chercher. Elle ne marche pas, elle flotte. Elle vous conduit dans une cabine qui sent le temple bouddhiste et l'arnica.

« Allongez-vous, Monsieur. Inspirez la sérénité. Expirez les toxines. »

Traduction : « Allongez-vous, Monsieur. Préparez-vous à ce que je vous écrase les omoplates avec des cailloux que j'ai ramassés sur le parking ce matin, tout en vous faisant payer le prix d'un abonnement annuel à Netflix toutes les cinq minutes. »

Le massage aux pierres chaudes est une expérience fascinante. Le concept est simple : on vous pose des galets brûlants sur la colonne vertébrale. À 250 euros la séance, vous essayez de vous convaincre que la chaleur diffuse une énergie tellurique ancestrale dans vos méridiens bouchés par le stress de la vie de bureau. En réalité, vous êtes juste en train de cuire à l'étouffée. À un moment, vous sentez une pierre particulièrement brûlante sur votre lombaire gauche et vous hésitez à hurler. Mais vous ne le faites pas. Pourquoi ? Parce que vous êtes dans un temple de la sérénité, et hurler « Bordel, c'est brûlant ton gravier ! » briserait le karma de la pièce. Alors vous souffrez en silence, avec le sentiment héroïque de ceux qui paient pour leur propre torture.

Puis vient le moment de l'exfoliation « Éclat de Diamant et Sel de Guérande ». Clémence commence à vous frotter le dos avec une substance qui a la texture du papier de verre grain 40. Elle vous décape l'épiderme avec une ferveur de ponceuse orbitale.

« C'est pour éliminer les énergies négatives », murmure-t-elle.

Non, Clémence. C'est pour éliminer ma couche cornée. À la fin de la séance, je n'aurai plus d'énergies négatives, certes, mais je n'aurai plus de peau non plus. Je serai juste un faisceau de muscles à vif, prêt à être servi en carpaccio au restaurant de l'hôtel.

Pendant qu'elle vous laboure les trapèzes, elle engage la conversation de spa standard :

— « Vous êtes très tendu, Monsieur. Vous portez toute la misère du monde sur vos épaules. »

— « C'est peut-être juste le prix de la chambre, Clémence. »

— « Oh, vous avez besoin de notre sérum "Larmes de Sirène" à l'acide hyaluronique de plancton. Il est en promotion à l'accueil pour seulement 180 euros les 15ml. »

Et voilà. On y est. Le moment où la spiritualité rencontre le marketing de réseau. Le spa n'est pas un lieu de détente, c'est un entonnoir de vente déguisé en grotte de sel.

On vous attendrit la viande, on vous plonge dans un état de semi-conscience hypnotique à force de musique de flûte de Pan et de bruits de forêt tropicale, puis on vous assène le coup de grâce : le placement de produit.

La séance se termine. Clémence vous laisse « revenir à vous » pendant dix minutes. Vous restez là, huilé comme une sardine millésimée, la face écrasée dans le trou de la table de massage (ce trou qui vous laisse une marque rouge en forme de beignet autour du visage pour les trois prochaines heures), et vous fixez un bol de fleurs de lotus qui flottent dans une eau croupie. Vous vous sentez... léger. Est-ce le massage ? Est-ce l'infusion de foin ? Non. C'est votre PEL qui vient de s'alléger de quelques grammes de dignité.

Vous repassez par la case vestiaire, vous enfiler vos vêtements de civil, et vous vous présentez à la caisse. C'est là que le miracle de la sérénité s'évapore plus vite qu'un nuage de vapeur de hammam.

« Alors, nous avons le Rituel Volcanique, l'exfoliation Diamant, l'option "Huile de Baobab Sacré", et bien sûr, vous avez pris le sérum "Larmes de Sirène" que Clémence vous a conseillé ? »

Vous regardez le flacon. Il est plus petit qu'un échantillon de parfum gratuit chez Sephora. Vous regardez le montant total : 485 euros.

Votre cerveau envoie un signal d'alerte. Votre rythme cardiaque, que Clémence avait si durement réussi à ralentir, remonte en flèche à 140 battements par minute. Vous transpirez. Les toxines que vous venez d'expulser reviennent au galop, escortées par leurs potes, le stress financier et l'ulcère à l'estomac.

Mais vous souriez. Vous tendez votre carte bancaire d'un geste que vous espérez nonchalant. Parce que dans ce monde, montrer que l'on souffre en payant est la pire des fautes de goût. Le vrai luxe, c'est de se faire braquer avec le sourire, dans un nuage d'encens.

Vous sortez du Spa. Vous avez la peau rouge, les cheveux gras d'huile de sésame, et vous sentez le patchouli à dix mètres. Vous croisez un autre client qui entre, un peignoir trop grand sur les épaules, l'air aussi égaré que vous il y a une heure. Vous vous regardez. Un bref instant de solidarité entre deux membres de la secte des « Enfumés du Bien-être ».

Vous retournez vers votre transat, face à la mer. Vous avez dépensé le prix d'un canapé d'angle pour vous faire tripoter les omoplates par une stagiaire de 50 kilos, mais vous avez une photo de votre infusion de quartz sur Instagram avec le hashtag Blessings.

Le Nirvana est à ce prix. Et honnêtement, pour ce tarif, Bouddha aurait au moins pu offrir le pourboire. Vous fermez les yeux. Le bruit des vagues se mêle au bruit de votre banquier qui tente de vous appeler en urgence. Mais vous ne décrochez pas. Vous êtes zen. Ou peut-être est-ce juste l'huile de baobab qui a fini par pénétrer votre cerveau et paralyser vos capacités cognitives. Qu'importe. Vous êtes en vacances. Le portefeuille est pelé, mais votre âme est lisse comme un galet du parking. Mission accomplie. *_Fin du chapitre._*

Chapitre 10

La 'Couverture' : L'intrusion nocturne tarifée

Vous pensiez que la journée était finie ? Vous pensiez que, délesté de deux mois de salaire par une stagiaire au toucher de parpaing, vous alliez enfin pouvoir vous livrer à l'activité préférée du vacancier fortuné : rester vautré en slip sur un lit king-size en fixant le plafond jusqu'à ce que la mort s'ensuive ou que le buffet du soir ouvre ?

Erreur. Cruelle erreur.

À l'hôtel « L'Émeraude Dorée » (ou tout autre établissement dont le nom suggère que vous allez payer pour de la peinture métallisée), le repos est une notion purement théorique. Car c'est à 19 heures précises, au moment exact où vous avez enfin trouvé la position d'équilibre entre votre hernie discale et le moelleux indécent du matelas, que retentit le bruit le plus terrifiant de l'hôtellerie de luxe.

Toc. Toc. Toc.

Ce n'est pas le FBI. Ce n'est pas votre banquier qui a fini par traverser l'écran pour vous étrangler. C'est une voix de fausset, un murmure qui semble sortir d'un film d'horreur victorien : « Serrrrvice de couvrrrrture... »

Le « Turndown Service ». En français, on appelle ça la « mise en place de nuit ». Dans la réalité, c'est une intrusion nocturne tarifée, un concept de génie inventé par des gens qui pensaient que vous étiez trop stupide pour comprendre comment fonctionne une couette.

Imaginez la scène. Vous êtes là, à moitié nu, une trace d'huile de massage encore

brillante sur le front, en train d'essayer de comprendre comment fonctionne la télécommande de la climatisation qui ressemble à un détonateur nucléaire. Soudain, un parfait inconnu entre dans votre intimité. Pourquoi ? Pour plier le coin de votre drap.

Oui. On paye des gens, à bac +2 option « géométrie du coton », pour venir faire un angle de 45 degrés avec le tissu de votre lit. À quel moment de l'évolution humaine a-t-on décidé qu'un être adulte, capable de gérer des portefeuilles d'actions ou de conduire un SUV en centre-ville, devenait soudainement incapable de soulever un drap sans l'aide d'un professionnel assermenté ?

Le préposé à la couverture entre. Il ne vous regarde pas. Vous n'existez pas. Vous êtes une nuisance organique située entre lui et son objectif : le Triangle. Il s'approche du lit avec une ferveur de moine trappiste. Il rabat le drap. Hop. Un angle parfait. On dirait qu'il prépare une piste de décollage pour un avion de chasse miniature. Si vous avez le malheur d'être déjà dans le lit, il vous regardera avec le mépris qu'on réserve aux taches de café sur de la soie sauvage. Vous êtes dans le chemin de l'Art.

Et puis, il y a le Rituel des Chaussons.

Avant son passage, vos chaussons en éponge (ceux qui vous font des pieds de hobbit et qui glissent sur le carrelage comme des savonnettes sur une patinoire) étaient probablement éparpillés sous le bureau ou balancés dans un coin. Le commando de la couverture les ramasse et les dépose au pied du lit, sur un petit tapis de coton blanc immaculé. Ils sont orientés vers la sortie. Toujours. C'est un message subliminal : « On a préparé votre évacuation, maintenant barrez-vous demain avant midi ».

Mais le clou du spectacle, le chef-d'œuvre de l'inutilité cosmétique, c'est le Chocolat.

Le chocolat de chevet. Ce petit carré de cacao, souvent aromatisé à la menthe (parce que rien ne dit « luxe » comme le goût d'un dentifrice hors de prix), déposé

délicatement sur l'oreiller.

Analysons la situation deux secondes. Vous venez de passer trois heures à vous faire enduire de boue thermale pour « détoxifier » votre organisme. Vous avez bu une infusion de racines rares qui goûte la terre mouillée pour purifier votre foie. Et là, à 19h15, un inconnu vient poser une bombe glycémique de 5 grammes sur l'endroit exact où vous allez poser votre joue.

C'est un test psychologique, c'est pas possible autrement. Est-ce que vous allez le manger maintenant ? Est-ce que vous allez dormir dessus et vous réveiller avec une tache marron suspecte sur le visage, ressemblant à une maladie tropicale non répertoriée ? Ou allez-vous le laisser là, comme une offrande à la divinité du Check-out, en espérant que cela réduira le montant de la taxe de séjour ?

Généralement, le chocolat est accompagné d'une carte. « Nous vous souhaitons une nuit étoilée. » Merci, Jean-Kevin. J'aurais préféré que tu ne touches pas à mes oreillers avec tes mains qui ont ouvert quarante-deux portes de chambres depuis le début de ton service, mais l'intention est là.

Ce qui est fascinant, c'est la mise en scène lumineuse qui accompagne ce forfait. Le préposé à la couverture ne se contente pas de plier du linge. Il fait du « lighting design ». Il éteint toutes les lumières fonctionnelles (celles qui permettent de voir où on a posé ses lunettes) pour n'en laisser qu'une seule : la liseuse de chevet, braquée sur le chocolat. C'est du Caravage. C'est dramatique. On dirait que votre lit est une scène de crime ou l'autel d'une secte qui adore le sucre et le fil de trame à 600 points.

Et ne parlons pas de la télévision. Dans certains établissements particulièrement zélés, on vous l'allume sur la chaîne « Maison » de l'hôtel. Vous savez, celle qui tourne en boucle avec des images de cascades, de galets et une musique de harpe qui vous donne envie de vous ouvrir les veines avec une petite cuillère à café. Vous rentrez du restaurant, repu et vaguement ivre d'un Chardonnay à 18 euros le verre, et vous

tombez sur une vidéo en 4K d'une goutte d'eau tombant sur un lotus.

C'est ça, le service de couverture : transformer votre chambre en un temple de la culpabilité. On vous rappelle que tout est parfait, que tout est rangé, et que vous, pauvre humain plein de miettes de pain et de désordre, vous allez tout gâcher en vous glissant sous ce drap.

Le plus beau, c'est quand vous essayez d'empêcher la chose. Vous mettez le panneau « Ne pas déranger ». Vous pensez être sauvé. Mais le personnel de l'hôtellerie de luxe possède un sixième sens. Ils savent quand vous n'êtes pas là. Ils attendent que vous descendiez prendre un cocktail à 25 euros (le « Blue Lagoon revisité », c'est-à-dire du Curaçao avec un parapluie en papier) pour s'infiltrer.

Vous remontez, fier de votre résistance, et là... Le drame. Le lit est ouvert. Le chocolat est là. Les chaussons vous fixent. Ils ont gagné. Vous ne pouvez pas échapper à la bienveillance organisée. C'est un totalitarisme de la courtoisie.

Et le pire, c'est le lendemain. Quand vous regardez votre facture. « Frais de service ». C'est là, caché entre le prix exorbitant du mini-bar (où une bouteille d'eau de 33cl coûte le prix d'un puits au Mali) et la location de la robe de chambre. Vous payez pour que quelqu'un vienne froisser votre lit selon un protocole précis.

On vit dans un monde où l'on paye des gens pour défaire ce que d'autres gens ont mis trois heures à faire le matin. La femme de ménage tend le drap le matin comme une peau de tambour ; le valet de nuit vient le détendre le soir. C'est le cycle de la vie hôtelière. C'est une métaphore de l'économie moderne : on crée un problème (un lit trop bien fait pour qu'on ose entrer dedans) pour vendre la solution (le coin plié).

Alors, vous vous asseyez sur le bord du matelas, en prenant soin de ne pas déranger le pli parfait de 45 degrés, vous mangez ce maudit chocolat à la menthe qui colle aux dents, et vous fixez vos chaussons sagement alignés. Vous vous sentez comme un

enfant de cinq ans dont la nounou vient de préparer la chambre.

C'est ça, le Nirvana de la classe moyenne supérieure : payer une fortune pour régresser au stade de nourrisson assisté, dans une chambre baignée d'une lumière tamisée, avec pour seule responsabilité de ne pas s'étouffer avec un carré de chocolat pendant son sommeil.

Demain, on vous proposera sans doute de vous aider à lacer vos chaussures pour la modique somme de quarante euros. Et vous direz oui. Parce que vous êtes « zen ». Et que le zen, c'est essentiellement l'incapacité de dire non à des services dont vous n'avez absolument pas besoin.

Chapitre 11

Le Wi-Fi Premium : Payer pour voir votre solde bancaire chuter plus vite

Regardez bien ce petit carton plastifié, posé avec une arrogance tranquille sur votre bureau en acajou véritable (ou en contreplaqué très bien maquillé). Il est là, entre le menu du room-service à quarante euros le club sandwich et la Bible Gédéon que personne n'a ouverte depuis l'invention de Netflix. Il vous observe. Il connaît votre faiblesse. Il sait que vous êtes un toxico du flux, un esclave du rafraîchissement de page, un junkie du « scroll » infini.

Sur ce carton, il y a écrit : « Wi-Fi Premium – 30 € / 24h ».

Admirez le génie lexical. « Premium ». Dans le dictionnaire de l'hôtellerie de luxe, « Premium » est un adjectif qui signifie : « On va vous facturer l'équivalent d'un abonnement fibre annuel pour le privilège d'avoir un signal qui traverse moins bien les murs qu'un cri d'enfant dans une piscine municipale. »

Parce que vous avez le choix, bien sûr. On vous propose toujours le Wi-Fi « Standard ». Le Wi-Fi gratuit. Celui qui est là pour les pauvres, les stagiaires, ou les gens qui ont encore une vie intérieure. Ce Wi-Fi gratuit, c'est l'équivalent numérique d'une flaque d'eau tiède après une averse : c'est techniquement de l'eau, mais personne n'a envie de nager dedans. Avec le Wi-Fi gratuit, vous pouvez, au prix d'un effort surhumain, envoyer un message WhatsApp de trois mots à votre mère. Et encore, sans emoji. Si vous essayez de charger une photo de votre plateau-repas, le routeur de l'hôtel fait un AVC.

Alors, vous craquez. Vous sortez la carte bleue. Vous vous dites : « Je suis un homme

d'affaires, un vrai, j'ai besoin de réactivité, je ne peux pas me permettre d'attendre trois minutes pour que ma boîte mail m'annonce que je n'ai pas de nouveaux messages. » Vous entrez vos seize chiffres avec la ferveur d'un pèlerin à Lourdes, espérant le miracle de la haute vitesse.

Et là, c'est le début de la grande comédie humaine.

Le portail de connexion s'affiche. C'est une page web conçue en 2004 par un neveu de la direction qui « s'y connaît en informatique ». On vous demande votre numéro de chambre, votre nom de famille, votre date de naissance, la couleur de votre premier poney et une confirmation par mail. Un mail que vous ne pouvez pas ouvrir, puisque vous n'avez pas encore internet. C'est le paradoxe de l'hôtellerie moderne : c'est le seul endroit au monde où l'on vous demande de prouver votre existence numérique en utilisant l'outil qu'on refuse justement de vous donner.

Une fois l'épreuve du formulaire passée, vous attendez. Le petit cercle tourne. Il tourne avec la lenteur majestueuse d'une galaxie en fin de vie. Et là, le verdict tombe. Vous êtes connecté. Vous lancez un « speed test » parce que vous êtes une personne toxique, et vous découvrez l'horreur : 2 Mbps.

Trente balles. Pour deux mégas par seconde.

À ce tarif-là, les données ne circulent pas par fibre optique ; elles sont transportées par un majordome asthmatique qui déplace des seaux de bits un par un dans l'escalier de service. Vous payez trente euros pour une connexion qui a la puissance de calcul d'un tamagotchi en fin de pile. C'est à ce moment précis que vous tournez la tête vers la fenêtre. En bas, de l'autre côté de la rue, il y a un McDonald's. Un établissement où des gens mangent des éponges frites à trois euros. Et ces gens, ces privilégiés de la friture, captent un signal Wi-Fi gratuit qui leur permet de télécharger l'intégrale de *Game of Thrones* en 4K pendant qu'ils terminent leur Sundae.

Il y a une injustice cosmique dans le fait qu'un établissement qui sent l'huile de friture et le désespoir parental offre une meilleure technologie qu'un palace qui sent la bergamote et le cuir de Cordoue. C'est la loi d'airain du pigeonnage : plus vous payez cher votre chambre, plus on considère que votre temps n'a aucune valeur. Le riche peut attendre. Le riche a les moyens de contempler le vide pendant que sa page LinkedIn charge.

Mais le plus beau, c'est le discours de l'hôtel quand vous appelez la réception pour vous plaindre.

— « Allô, oui, j'ai payé le pack Premium mais je rame plus qu'une galère romaine sous Lexomil. »

— « Monsieur, nous sommes navrés. C'est sans doute à cause de l'épaisseur de nos murs historiques. C'est le charme de l'ancien. »

Ah ! Le charme de l'ancien ! L'argument nucléaire. Le mur fait 80 centimètres de pierre de taille, donc le Wi-Fi ne passe pas. Par contre, le bruit de la chasse d'eau du voisin du dessus, lui, traverse le plafond avec la clarté d'un orchestre symphonique. Apparemment, les ondes radio sont arrêtées par le prestige architectural, mais les fluides corporels des autres clients bénéficient d'un pass VIP acoustique.

C'est là que vous comprenez la stratégie : le Wi-Fi Premium n'est pas un service technique. C'est une taxe sur votre impatience. On ne vous vend pas de la bande passante, on vous vend l'illusion d'être prioritaire dans un naufrage. Vous êtes sur le Titanic, l'eau monte, mais parce que vous avez payé le supplément « Premium », on vous a donné une petite cuillère en argent pour vider votre cabine. C'est inefficace, mais c'est distingué.

Et si vraiment vous insistez, si vous commencez à devenir agressif parce que vous ne pouvez pas uploader votre selfie « Zen et déconnecté » (le comble de l'ironie), le réceptionniste sortira son arme ultime : le mépris compatissant.

« Monsieur, vous savez, beaucoup de nos clients profitent de cette petite faiblesse de

réseau pour faire une "Digital Detox". C'est très tendance. »

Génie. Absolu génie. On vous facture trente balles un service qui ne marche pas, et quand vous râlez, on vous explique que c'est une prestation de bien-être gratuite. C'est comme si un restaurant vous servait une assiette vide à cinquante euros en vous disant que c'est un « concept de jeûne intermittent gastronomique ». Et vous, vous restez là, hébété, avec votre smartphone qui chauffe dans votre main comme un galet brûlant, à essayer de capter un peu du réseau du McDo en collant votre front contre la vitre, comme un enfant puni qui regarde les autres jouer dans la cour.

C'est ça, la vie de château. Payer pour régresser techniquement. Payer pour éprouver la frustration que ressentaient les pionniers du web en 1995 quand ils attendaient qu'une image de 200 pixels s'affiche ligne par ligne, avec ce petit frisson érotique lié à l'attente. L'hôtel de luxe ne vous vend pas de la technologie, il vous vend de la nostalgie involontaire.

Finalement, vous abandonnez. Vous éteignez tout. Vous vous asseyez sur votre lit trop bien fait, vous regardez vos chaussons alignés, et vous réalisez que la seule chose qui a circulé à haute vitesse aujourd'hui, c'est l'argent de votre compte en banque vers celui de la holding propriétaire de l'hôtel. Ça, pour le coup, c'est du Premium. Pas de latence, pas de bug, une fluidité absolue. Le transfert de fonds est la seule donnée qui ne rencontre jamais de murs historiques trop épais.

Demain, vous irez prendre votre petit-déjeuner au McDo d'en face. Pas pour le café dégueulasse, non. Juste pour le plaisir de voir une barre de téléchargement avancer plus vite que votre estime de vous-même. Mais pour l'instant, vous restez là, dans le noir, à fixer la petite diode du routeur qui clignote en rouge, comme le cœur agonisant de votre dignité de consommateur « VIP ».

Vous êtes riche, vous êtes beau, vous êtes dans une suite de luxe, et vous n'avez même pas assez de réseau pour Googler « Comment ne plus être un pigeon ». C'est ça, la

véritable expérience Premium : l'isolement total, au prix fort. Vous vouliez de l'exclusivité ? Vous êtes servi. Vous êtes la seule personne au monde à payer pour être déconnecté du monde. Bienvenue au sommet de l'évolution sociale. Le Wi-Fi est en option, mais le ridicule est compris dans le prix de la chambre.

Chapitre 12

Le Service de Conciergerie ou le génie de la surfacturation

Admirez-le. Il se tient là, derrière son comptoir en marbre de Carrare, aussi droit qu'un verdict de divorce et vêtu d'un costume dont le prix pourrait éponger la dette publique d'un petit État insulaire. C'est le Concierge. Notez la majuscule. On ne dit pas « le concierge », comme on parlerait du type qui sort les poubelles dans votre immeuble de banlieue. Non, lui, il porte sur son revers deux clés d'or croisées. Officiellement, c'est le symbole de l'association des « Clefs d'Or ». Officieusement, ce sont les clés de votre coffre-fort qu'il vient de reproduire en 3D par la seule force de son regard méprisant.

Vous sortez de votre suite après l'épisode traumatisant du Wi-Fi à deux à l'heure. Vous avez la démarche hésitante du naufragé social qui cherche une bouée de sauvetage. Et votre bouée, c'est lui. Jean-Hubert (ou Vladimir, ou Sebastian, peu importe, son prénom sonne toujours comme un héritage bloqué en Suisse). Il vous voit arriver. Il sent l'odeur du désespoir et de la carte Platinum à plein nez. Pour lui, vous n'êtes pas un client ; vous êtes un ticket de loto qui marche.

« Monsieur désire ? » lance-t-il avec cette voix de velours qui cache une lame de rasoir.

Vous, tout penaud, vous bégayez que vous aimeriez une table. Pas n'importe laquelle. Une table chez *L'Écume des Sens*, le restaurant où l'on mange des émulsions de cailloux pour le prix d'une Twingo d'occasion. Le genre d'endroit où il faut réserver six mois à l'avance, ou être le fils caché d'Elon Musk.

Observez bien la réaction du Concierge. C'est là que l'art commence. S'il vous disait

« OK, je les appelle », ce serait gratuit. Et le gratuit n'existe pas dans le dictionnaire du luxe. Le gratuit, c'est pour les gens qui dorment dans des draps en coton 100 % coton, pas pour l'élite qui exige du fil de soie d'araignée vierge.

Le Concierge prend une inspiration théâtrale. Il pince les lèvres. Il fronce les sourcils comme si vous veniez de lui demander de localiser le Saint Graal avec une fourchette en plastique.

« *Ah... L'Écume des Sens...* C'est... complexe, Monsieur. Très complexe. Le chef est en pleine retraite spirituelle dans le Larzac, et la liste d'attente est plus longue que la file d'attente pour un rein au marché noir. Mais... pour *vous*... »

Et là, le spectacle commence. Il décroche son téléphone fixe (un modèle qui pèse le poids d'un âne mort, parce que le poids, c'est le sérieux). Il compose un numéro. Il ne regarde pas le clavier. Il fixe l'horizon, quelque part entre votre compte épargne et le soleil couchant.

« Allô ? Giovanni ? C'est Sebastian, du Palace. Oui, l'ami. J'ai un VIP. Un vrai. Une urgence diplomatique. »

Il vous lance un clin d'œil complice. Vous vous sentez important. Vous vous sentez comme James Bond en mission secrète, alors que vous avez juste envie d'un homard et d'une story Instagram pour rendre votre ex malade de jalousie. Ce que vous ne savez pas, c'est que Giovanni, à l'autre bout du fil, c'est peut-être juste la messagerie du restaurant, ou sa mère qui lui demande s'il a pensé à acheter du pain. Mais le ton est là. Les mots sont pesés. « Exceptionnel », « Client de prestige », « Faveur personnelle ».

Il raccroche. Le silence retombe. Il vous regarde avec la fatigue d'un homme qui vient de négocier un cessez-le-feu nucléaire entre deux superpuissances.

« C'est fait, Monsieur. Ce fut... ardu. J'ai dû appeler deux contacts personnels et déplacer une réservation pour un membre de la famille royale de Belgique. Mais la table 4 est à vous. À 20h30. »

Vous avez envie de le prendre dans vos bras. Vous avez envie de lui léguer votre foie. Vous vous confondez en remerciements. Vous partez vers l'ascenseur, le cœur léger, persuadé que vous faites partie de l'élite mondiale.

C'est là que le « génie » entre en scène. Le lendemain, au moment du check-out, vous recevez une facture qui a la taille d'un annuaire téléphonique. Entre la taxe de séjour et le supplément pour « oxygène filtré dans les couloirs », vous tombez sur une ligne mystérieuse, nichée entre deux frais de blanchisserie à 40 euros la chaussette :

« Frais de Conciergerie Premium – Mise en relation gastronomique et logistique prioritaire : 450 € ».

Quatre. Cents. Cinquante. Euros.

Pour un coup de fil de trente secondes. Si on ramène ça au taux horaire, Sebastian gagne plus qu'un neurochirurgien qui opérerait à cœur ouvert pendant un ouragan.

Vous tiquez. Vous appelez la réception. Sebastian est là, toujours aussi impeccable, toujours aussi droit.

« Monsieur rencontre-t-il un problème avec sa facture ? »

« Ben, les 450 euros pour la réservation... c'est pas un peu... excessif ? »

Et là, Sebastian sort le grand jeu. Le faux sérieux académique. La dialectique du vide.

« Monsieur, vous ne payez pas un appel. Vous payez un réseau. Vous payez l'accès à l'impossible. Ce montant couvre les frais de structure, la garantie de discrétion, les

frais de lobbying auprès de l'établissement, ainsi que la taxe de facilitation environnementale liée au transport de vos informations par fibre sécurisée. »

Traduction : « Je t'ai pigeonné, mon pote, et je l'ai fait avec une telle élégance que si tu contestes, tu passeras pour un pauvre qui compte ses centimes. »

Et parce que vous êtes dans un palace, parce que vous avez une image à tenir, vous payez. Vous payez avec le sourire, même si à l'intérieur, votre âme est en train de hurler comme un loup blessé.

C'est là toute la beauté de la surfacturation de conciergerie. C'est le seul métier au monde où l'on vous vend quelque chose qui vous appartient déjà (le droit de réserver un resto) en vous faisant croire qu'on a dû soulever des montagnes. Le Concierge est un alchimiste moderne : il transforme votre paresse de chercher sur Google en or massif.

Avez-vous remarqué à quel point le jargon est important ? On ne vous « réserve pas une voiture ». On « orchestre un transfert privé avec chauffeur bilingue formé aux protocoles de sécurité ». Coût de l'orchestration : 200 euros. Pour une Toyota Prius qui sent le sapin désodorisant et un mec qui vous dit « Bonjour » avec l'enthousiasme d'un condamné à mort.

On ne vous « trouve pas des billets d'opéra ». On « intercepte des titres d'accès exclusifs sur le marché secondaire de la culture ». Coût de l'interception : le prix du billet multiplié par le coefficient de votre stupidité apparente (généralement $\pi \times 10$).

Le summum, c'est quand vous demandez un truc vraiment absurde. « Je voudrais des fleurs de lotus bleues, cueillies à l'aube sur les rives du Nil, pour ma femme. Pour ce soir. »

Là, le Concierge ne sourit même pas. Il ne dit pas « C'est impossible ». Il dit : « Je vais voir ce que je peux faire, mais cela demandera des moyens logistiques...

spéciaux. »

Deux heures plus tard, vous avez vos fleurs (probablement achetées chez le fleuriste du coin par le stagiaire qui a juste ajouté un colorant bleu dans l'eau). La facture ? 1200 euros. Détail des frais : « Sourcing botanique international », « Logistique express de chaîne de froid », « Expertise en esthétique florale ».

Vous savez ce qui est le plus drôle ? C'est qu'au moment de partir, vous allez lui laisser un pourboire. Un billet de 50, au moins. Parce que vous avez l'impression qu'il est votre ami. Qu'il est votre allié dans ce monde de brutes. Vous glissez le billet dans sa main, il le fait disparaître avec une dextérité de prestidigitateur professionnel, et il vous lance :

« Ce fut un honneur de vous servir, Monsieur. Nous espérons vous revoir très bientôt. »

Ce qu'il pense vraiment : « Casse-toi, distributeur de billets sur pattes. J'ai déjà hâte de facturer ton prochain caprice à 800 % de marge. »

Vous montez dans votre taxi (pardon, votre « unité de transfert motorisée haut de gamme »), et vous regardez l'hôtel s'éloigner. Vous avez moins d'argent sur votre compte que ce matin, mais vous avez une réservation pour ce soir. Vous vous sentez puissant.

C'est ça, le miracle de la conciergerie de luxe. C'est l'art de vous détrousser avec une telle courtoisie que vous repartez en disant « Merci ». Le Concierge ne vole pas votre argent ; il vous soulage d'un poids inutile. Car au sommet de l'évolution sociale, l'argent ne sert plus à acheter des biens, il sert à acheter le sentiment qu'on est trop spécial pour faire les choses soi-même.

Et ça, ça n'a pas de prix. Enfin si, ça en a un. Il est sur votre facture, à la ligne «

Divers », juste en dessous des 12 euros pour la bouteille d'Evian de 33cl.

Bon appétit à *L'Écume des Sens*. N'oubliez pas de laisser un pourboire au serveur, ou Sebastian l'apprendra et la prochaine fois, il vous dira que le restaurant a brûlé, juste pour le plaisir de vous facturer des frais de « Gestion de crise incendiaire ».

Chapitre 13

Le Check-out : L'autopsie d'un massacre financier

Approchez, n'ayez pas peur. Enfin si, ayez peur, mais gardez ce sourire figé, ce masque de cire que vous arborez depuis que vous avez franchi le perron de cet établissement quatre étoiles « Supérieur » (le « Supérieur » signifiant généralement que le personnel se sent supérieur à vous, et que les prix sont supérieurs à la logique humaine). Bienvenue devant le comptoir en marbre de Carrare. C'est ici que s'achève le rêve. C'est ici que la magie de Disney rencontre la brutalité d'un audit de la Banque Mondiale.

Regardez l'hôtesse d'accueil. Elle s'appelle probablement Tiffany ou Clémence, et elle possède ce talent rare de vous regarder droit dans les yeux tout en tapotant sur son clavier avec une vélocité de pianiste de jazz sous amphétamines. À chaque petit clic que vous entendez, c'est un mois de votre futur loyer qui s'évapore. Elle ne facture pas, elle compose une symphonie funèbre sur votre compte épargne.

« J'espère que votre séjour a été idyllique, Monsieur ? » vous demande-t-elle.

C'est une question piège. Si vous dites oui, vous validez tacitement le viol financier qui va suivre. Si vous dites non, elle vous offrira une remise de 5 % sur le prochain séjour que vous ne ferez jamais, tout en rajoutant des « frais de traitement de dossier d'insatisfaction ». Alors vous hochez la tête, comme un condamné à mort qui remercie le bourreau pour la qualité du grain de la corde.

Puis, le parchemin arrive. On n'appelle pas ça une « facture » dans ces endroits-là. On appelle ça le « Récapitulatif de vos expériences ». C'est un document de quatorze pages, imprimé sur un papier dont le grammage suggère qu'il a été fabriqué à partir

de forêts vierges protégées par l'UNESCO. C'est épais. C'est lourd. C'est le testament de votre dignité.

L'autopsie commence. Vous jetez un œil aux premières lignes. La chambre. Bon, vous connaissiez le prix. C'est cher, mais c'est le deal. C'est après que ça devient de l'art contemporain.

« Taxe de séjour ». Normal.

« Éco-participation pour le renouvellement des récifs coralliens ». Pardon ? Vous êtes à Biarritz, le seul corail que vous avez vu, c'est celui qui décorait le décolleté de la baronne de la table 4.

« Frais de connectivité fluide ». 45 euros. Pour un Wi-Fi qui ramait tellement que vous avez dû monter sur le balcon en slip pour capter la 4G de votre voisin de chambre.

Et là, vous tombez sur le gros morceau : le Mini-Bar. Le mini-bar, c'est le triangle des Bermudes de la finance personnelle. C'est un endroit où une bouteille de 33cl de Badoit coûte le prix d'un baril de pétrole brut. Vous lisez : « 2 paquets de noix de cajou : 28 euros ». Vous vous rappelez les avoir mangées à 2h du matin, dans un moment de faiblesse, en regardant une chaîne câblée allemande. Quatorze euros le paquet de 40 grammes. À ce prix-là, les noix de cajou n'ont pas été cueillies, elles ont été extraites à la pince à épiler par des moines bouddhistes ayant fait vœu de silence. Elles ont été bénies par le Pape et transportées par hélicoptère furtif.

Mais le génie de l'hôtellerie de luxe ne s'arrête pas là. Il y a les « capteurs ». Vous savez, ces petits dispositifs infrarouges sous les bouteilles ? Si vous avez le malheur de soulever une bouteille de vodka pour lire l'étiquette, juste par curiosité sociologique, le capteur envoie un signal au satellite de l'hôtel. « Alerte, le client de la 402 a touché à l'alcool ! Facturez ! ». Vous avez reposé la bouteille ? Trop tard. Le système considère que vous l'avez consommée par osmose. Vous venez de payer 18 euros pour avoir regardé du verre.

Regardez la ligne suivante : « Service de couverture ». 15 euros par jour. C'est le prix que vous payez pour qu'une personne vienne, en votre absence, rabattre le coin de votre drap de 45 degrés et poser un chocolat bas de gamme sur votre oreiller. Le chocolat est inclus, disent-ils. Non, il ne l'est pas. À 15 euros le pliage de couette, vous venez d'acheter la main-d'œuvre la plus chère au mètre carré depuis la construction de la pyramide de Khéops.

Tiffany vous regarde toujours avec son sourire de prédatrice polie. Elle attend que vous fassiez un scandale. Elle adore ça. C'est le moment où elle peut sortir sa phrase magique : « Je peux vérifier avec la direction, mais ce sont nos tarifs standards pour un établissement de notre standing. » Le mot « standing », c'est le bouclier ultime. C'est le mot qui signifie : « Si tu trouves ça cher, c'est que tu n'as pas ta place ici, pauvre naze. »

Et comme vous ne voulez pas passer pour un « pauvre naze » devant les autres clients qui attendent derrière vous (et qui, eux aussi, sont en train de faire un AVC intérieur en lisant leur facture), vous vous aplatissez. Vous devenez un paillason de luxe.

On continue l'examen du cadavre de votre compte en banque.

« Frais de remise en forme des équipements de plage ». 30 euros. Vous n'êtes même pas allé à la plage, il a plu pendant trois jours. Mais l'hôtel a dû « préparer » les transats au cas où vous auriez eu une pulsion suicidaire sous l'orage. La préparation a un coût. L'espoir a un prix.

Puis, l'estocade : la ligne « Divers ». 112 euros.

— « Dites-moi, Clémence... c'est quoi, ces 112 euros de "Divers" ? »

— « Oh, c'est le forfait "Ambiance et Sérénité", Monsieur. Cela couvre la diffusion d'huiles essentielles dans les couloirs et la playlist de jazz lounge que vous avez entendue au petit-déjeuner. »

Vous avez payé cent balles pour respirer de l'eucalyptus de synthèse et écouter une reprise au saxophone de *Despacito*. À ce stade, ce n'est plus du commerce, c'est du racket en col roulé. On ne vous vend pas un service, on vous facture votre propre existence dans un périmètre donné. Si vous étiez resté immobile dans le lobby pendant deux heures, ils auraient probablement trouvé le moyen de vous facturer des « Frais d'occupation statique de l'espace visuel ».

Le total s'affiche en bas de la page. Votre cerveau refuse de lire les chiffres. Il y a trop de zéros. Votre compte bancaire, qui était hier encore un lac paisible, ressemble désormais à la Mer d'Aral : une étendue désertique et salée où gisent des carcasses de bateaux. Le montant total équivaut au Produit Intérieur Brut d'un petit pays d'Afrique subsaharienne, ou au budget annuel de la ville de Limoges.

C'est le moment de la carte bancaire. Vous la sortez de votre portefeuille. Elle tremble un peu. Vous l'insérez dans le terminal de paiement. Le petit écran indique « Autorisation en cours ». Ces trois secondes sont les plus longues de votre vie. C'est le suspense d'un thriller financier. Est-ce que la puce va tenir le choc ? Est-ce que votre banquier, à 800 kilomètres de là, va déclencher une alarme incendie en voyant passer ce débit ?

Bip.

Le terminal crache un reçu. La transaction est acceptée. Tiffany vous rend votre carte avec une grâce infinie. Elle ne vous a pas seulement pris votre argent ; elle a aspiré votre âme à travers la bande magnétique.

« Merci Monsieur. Nous espérons vous revoir très bientôt. »

Elle ment. Elle sait que vous allez devoir vendre un rein ou souscrire un crédit à la consommation sur quarante ans pour payer l'essence du retour. Mais elle doit le dire. C'est le protocole.

Vous ramassez vos bagages. Ils vous semblent soudain beaucoup plus lourds. Ce n'est pas le poids de vos vêtements, c'est le poids du remords. Vous traversez le lobby. Le portier vous ouvre la porte. Vous sentez qu'il attend quelque chose. Un pourboire. Encore un. Vous fouillez dans vos poches, mais il n'y a plus rien. Même plus une pièce de deux euros. Vous n'avez plus que de la poussière et le souvenir amer d'une noix de cajou à quatorze euros.

Vous montez dans votre voiture. Vous regardez l'hôtel dans le rétroviseur. Il est magnifique, baigné par le soleil de midi. C'est un palais. C'est un temple. Et comme tous les temples, il exige des sacrifices humains. Aujourd'hui, le sacrifié, c'était vous.

Vous avez été « upgradé », vous avez été « chouchouté », vous avez été « privilégié ». Et maintenant, vous êtes fauché. Mais hé, au moins, vous avez une petite bouteille d'eau de 33cl dans le porte-gobelet que vous avez volée dans la chambre juste avant de partir. Une bouteille que vous avez payée, selon vos calculs, environ 220 euros si l'on proratise les frais de service.

Buvez-la lentement. C'est l'eau la plus chère que vous boirez jamais. Elle a le goût du regret, avec une légère note de citronnelle de synthèse. Bienvenue dans la vie de château. C'est exactement comme la vie normale, mais avec une autopsie financière à la fin, pratiquée sans anesthésie par une demoiselle qui sent le jasmin et le mépris social.

FIN

Merci d'avoir lu "Se faire entuber avec vue sur mer"

Une œuvre écrite par Dr. Sarcasme

[Lire la version interactive et commenter](#)

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