

Zeitschrift: Tracés : bulletin technique de la Suisse romande
Herausgeber: Société suisse des ingénieurs et des architectes
Band: 137 (2011)
Heft: 05-06: Reconstruire II

Sonstiges

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 08.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

DERNIER MOT

Dans cette page, nous offrons à nos lecteurs le dernier mot : réaction d'humeur, arguments, carte postale ou courrier, qui ne reflètent pas forcément l'opinion de la rédaction. L'écrivain Eugène en est l'invité régulier.

Le cappuccino le plus célèbre de l'année

Sans le vouloir, Normand Boulanger est en train de disloquer les frontières physiques d'une entreprise traditionnelle. Qui est Normand Boulanger ? Petit rappel des faits.

Le 22 février, Normand Boulanger, un Québécois parfaitement anonyme, s'installe dans la boutique/bar *Nespresso* à la rue Crescent, à Montréal. Il commande un cappuccino et deux macarons. Au bout d'une demi-heure d'attente et constatant que d'autres clients arrivés après lui sont servis avant lui, Boulanger ne se lève pas pour manifester son impatience aux cinq serveurs du bar. Non ! Il attrape son *smartphone* pour écrire un message de mécontentement sur *Twitter*. Dix minutes plus tard, il parvient enfin à attirer l'attention d'un serveur qui s'excuse et lui offre un cappuccino gratuit.

Pendant ce temps, le message fait son chemin. Jusqu'à Lausanne où se trouve le service client de la marque. Un employé découvre le message et empoigne son téléphone pour appeler la boutique de Montréal. Après s'être fait sermonner, le serveur vient présenter ses excuses à Normand Boulanger et lui explique que son message de mécontentement risque de lui coûter sa place. Stupéfait par le pouvoir de *Twitter*, Normand raconte cette mésaventure sur son blog. Quelques jours plus tard, le site français *Rue89* reprend ce témoignage. La blogosphère s'enflamme : certains internautes défendent le droit du client à bénéficier d'un service impeccable, d'autres dénoncent le comportement flicard de *Nespresso*, prêt à virer un employé à cause d'un message négatif sur un réseau social. Le 11 mars, *Le Temps* interviewe Richard Girardot, patron de *Nespresso*. Celui-ci répond : « Oui, j'ai suivi cette affaire sur mon *Iphone*, depuis Tokyo ».

Résumons : une boutique à Montréal, un service clients à Lausanne et un patron qui suit l'échange en direct depuis les antipodes. Où commencent

et où s'arrêtent les frontières d'une entreprise globale ? Vaste question. En écrivant cette chronique, une célèbre métaphore m'est revenue en tête. Celle de Pascal : « Dieu est une sphère infinie dont le centre est partout, la circonférence nulle part ».

Eugène



Cappuccino mondialisé (Photo Eugène)