

# LE CHEF



SUPPLÉMENT AU CHEF N° 237 - JANVIER/FÉVRIER 2013

LE MAGAZINE DES CHEFS DE CUISINE

service • n. 1  
of assistance.  
or organization  
in phre in c

**Les métiers de la salle  
Ô service du client**



# Thonon-Chateldon récompensent l'excellence !

Unique en son genre, le Trophée Thonon-Chateldon récompense la qualité de l'accueil et du service à table à la Française.



## TROPHÉE THONON-CHATELDON Édition 2013

« Notre volonté est de mettre à l'honneur l'art du service et de récompenser au travers du Trophée Thonon-Chateldon les meilleurs élèves. Quoi de plus naturel que d'associer à ce trophée les eaux prestigieuses de Thonon et Chateldon. Le service de grandes eaux minérales françaises fait partie intégrante d'une prestation de qualité. »

**DIDIER GALOPIN,**  
Directeur Technique du Lycée hôtelier  
Savoie Léman



### À propos du Trophée Thonon-Chateldon

C'est à la fois une eau minérale, une ville et un lycée hôtelier qui a fêté en 2012 un siècle d'excellence. À l'issue des épreuves écrites, 29 candidat(e)s ont été sélectionné(e)s pour la demi-finale. Pour la grande finale nationale à Thonon, 12 élèves se disputent le titre tant envié de « Lauréat 2013 » du Trophée Thonon-Chateldon.

# L'appel à la profession pour valoriser ensemble les métiers de la salle



Les belles destinées sont rarement écrites... Celle de Denis Courtiade ne l'était pas plus que celle d'un jeune homme de 16 ans désireux de se lancer dans le monde professionnel et d'en découdre avec celui de son père : la Restauration. Ce sera en cuisine, côté pâtisserie, en tant qu'apprenti.

Et puis, très vite, le sort en décide autrement et le place en salle. Il s'applique, il travaille et regarde faire un vrai maître d'apprentissage comme il en existe peu ; ceux dont la pédagogie, l'art de transmettre est la première des compétences, des priorités. Alain Francoz, sous couvert de lui apprendre à passer le balai à la fin du service, lui montre comment il faut se comporter dans la vie, en somme.

Bien faire, aimer le faire, s'appliquer, y réfléchir, s'exécuter avec soin, ne pas se contenter d'un travail « correct » mais simplement et toujours d'une autre mention : le mieux possible et ce jusqu'à l'excellence.

Cette exigence ne le quittera plus jamais. Et, comme une religion, cette exigence construit le grand professionnel qui, aujourd'hui encore, balaie la salle d'un regard concentré. Comme si, ce soir encore, rien n'était acquis et tout se jouait de nouveau. L'humour aussi, occupe une place de choix dans son expertise ; ultime élégance face aux situations complexes et sensibles, comme un ingrédient final, improvisé, conçu sur-mesure, et délicatement déposé sur l'assiette du convive, sans qu'il s'en aperçoive.

Car il faut, en effet, tous les soirs remettre son costume de scène et tenir son rôle, comme un équilibriste, sans filet. Le scénario n'étant jamais écrit à l'avance, et la salle, toujours différente, lunatique, insatiable.

Au fil du temps, Denis Courtiade n'a eu de cesse de repousser les limites de son métier, de ses fonctions de maître d'hôtel, de sa responsabilité de chef d'équipe et de son rôle de passeur et d'éducateur. En revalorisant son métier aux yeux de la nouvelle génération à travers une transmission des savoirs en salle, mais aussi au sein des écoles hôtelières. En tendant la main aux professionnels, en les fédérant par le biais de l'association qu'il vient de fonder « Ô Service - des talents de demain », car la générosité de ce métier passe aussi par là.

Le magazine Le Chef a choisi Denis Courtiade, rédacteur en chef éphémère, pour braquer ses projecteurs sur les Hommes de Salle, leur savoir-faire, leur dévotion, et leur sens parfaitement aiguisé de l'Hospitalité, qu'ils interprètent à chaque service. Ensemble.

■ **Jeanne Sabatier,**  
responsable commerciale au Plaza Athénée  
proche collaboratrice de Denis Courtiade



# BRAGARD

Be your best\*



Bragard sera présent au salon Sirha  
du 26 au 30 janvier 2013  
à Lyon Eurexpo.

Rendez-vous Hall 5 Stand 5D16  
pour découvrir nos dernières nouveautés.

www.bragard.fr

\*Soyez au meilleur de vous-même

## sommaire

- 3 Edito : L'appel à la profession pour valoriser ensemble les métiers de la salle
- 6 Introduction : Une place au soleil
- 8 Initiative : La naissance d'Ô Service - des talents de demain
- 10 Zoom sur... Combattre les idées reçues
- 11 Zoom sur... L'évolution du métier en salle
- 18 Psychologie : La psychologie en salle : cas pratique
- 20 Coup de théâtre en salle
- 26 L'œil sur... Les métiers de la salle
- 34 Le client dans tous ses états
- 38 Un autre regard
- 39 Mission transmission
- 44 Opération Formation
- 46 Billet d'humeur
- 48 A l'international
- 50 Le duo salle-cuisine
- 56 Réflexion sur la gastronomie
- 59 La salle de demain
- 61 Glossaire de la salle

Denis Courtiade, l'instigateur de ce supplément salle tient à remercier tous les contributeurs de ce numéro qui oeuvrent au quotidien pour revaloriser les métiers de la salle. Leurs témoignages ont beaucoup apporté à la vision du métier. Encor merci !

# LE CHEF

LE MAGAZINE DES CHEFS DE CUISINE

**LE CHEF, le magazine des chefs de cuisine**

Mensuel créé en 1986, édité par Les Éditions de la R.H.F. S.A.S. au capital de 134 432 €. 9, rue Labie - 75838 Paris Cedex 17. Tél.: 01.45.74.21.62. - Fax: 01.45.74.01.03. E-mail: lechef@lechef.com

PDG, Directeur de la publication : Francis Luzin

Directrice de la rédaction : Aude Aboucaya  
aaboucaya@lechef.com

Journaliste-reporter : Antoine Luzin  
aluzin@lechef.com

Rubrique A la Carte : Emilie Niel  
eniel@lechef.com

Abonnement : France : 40 €. - Tarif étranger : 51 €. Service abonnement : Magali Ferro - Chaffraix  
Tél.: 01.45.74.98.42 - E-mail : abo@lechef.com  
Abonnement en ligne : www.lechef.com

Publicité : FL Régie, S.A. au capital de 40 000€, 9, rue Labie - 75838 Paris cedex 17. Tél.: 01.45.74.96.33. - Fax : 01.45.74.01.03. E-mail: fregie@lechef.com

Mise en page : Joanna Florczykiewicz  
Impression : Imprimerie Chirat 42540 Saint-Just-la-Pendue

Commission paritaire N° 0313T84136. - ISSN 0980-8396. Dépôt légal : 1<sup>er</sup> trimestre 2013.



photo de couverture © Norman Chan - Fotolia.com





© kkarworks - Fotolia.com

## Une place au soleil

Si la réflexion de la profession sur l'avenir des métiers de la salle n'a attendu ni ce supplément, ni les Premières Assises des Métiers de la Salle qui se sont tenues en début d'année 2012 et qui ont largement contribué à faire avancer les choses, aujourd'hui l'urgence à revaloriser cette filière a dépassé le stade de la simple analyse.

### La salle en chiffres

- En 2010 : plus de **20 000** emplois en salle étaient non pourvus
- Baisse d'effectif : **7 %** en 2011
- **1 jeune sur 5** en stage découverte sur le service en salle au collège
- **300 000** salariés sur 700 000 du secteur
- **35 000** employés de café
- **32 000** employés de restauration (collective)
- **30 000** maîtres d'hôtels, responsables de salle
- **9 à 10 000** barmen
- **3 000** sommeliers

Désormais l'heure est aux initiatives concrètes et à l'action. La formation a largement évolué, des associations ont vu le jour, par ailleurs, et les professionnels ne sont qu'aux prémices de ce vaste projet. Dans le prolongement des premières assises des métiers de la salle, organisées, à la chambre de commerce et d'industrie de Paris le 23 janvier dernier, qui avaient réuni 260 professionnels, les efforts ont porté leurs fruits.

### Coup de pouce

L'enjeu ? Redorer le blason du service en salle, tandis que l'image de la cuisine gagne en visibilité et honneurs par le truchement médiatique de bon nombre d'émissions télévisuelles. Pour faire profiter la salle de son rayonnement, la cuisine, via de nombreux concours, contribue à la revalorisation des métiers de la salle. Désormais, ces concours intègrent les (futurs) professionnels de la salle en binôme avec les cuisiniers. Comme par exemple, le challenge Frères Blanc, Cuisine et salle en joute par Générations cuisines et cultures, le trophée de l'ANPCR, etc.

### Miser sur la formation

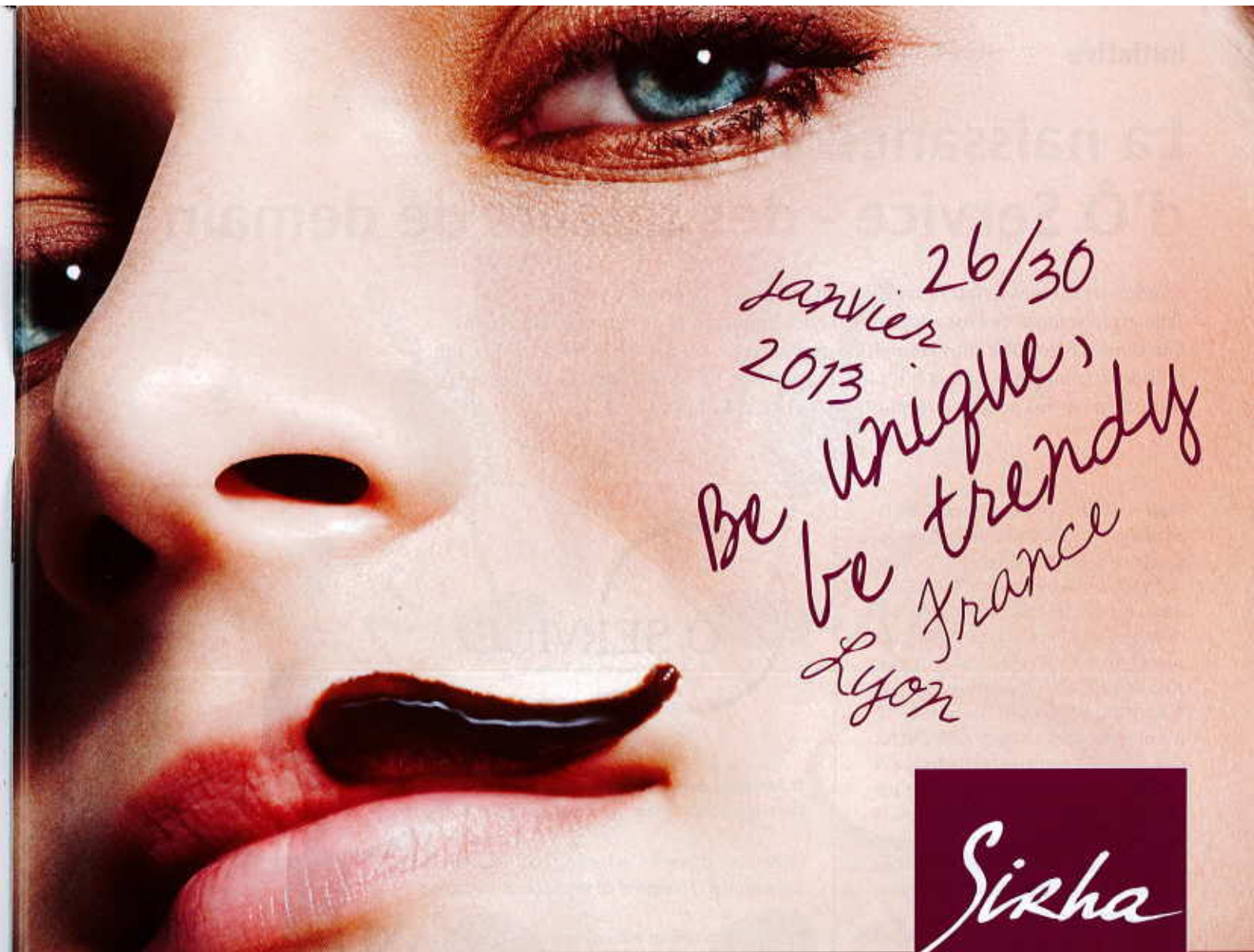
L'Éducation nationale a mis en place des journées spécifiques sur la valorisation des métiers de la salle dans l'hexagone afin de présenter le nouveau référentiel du bac pro commercialisation et service en restauration en trois ans. Outre l'importance de la fibre « vente et commerciale » de

ces métiers de contact avec le client, dont ces formations tiendront compte désormais, le nouveau référentiel de l'Éducation Nationale s'adaptera à tous types de restauration, avec des mises en situation professionnelles obligatoires. A l'issue des dites formations, les professionnels en herbe seront rompus aux techniques et au savoir-être inhérents à leur métier.

### Prochain rendez-vous

Pour maintenir la dynamique amorcée, les 2<sup>èmes</sup> Assises des Métiers de la Salle sont programmées le 25 février 2013, à Paris. Pour cette nouvelle occasion, les principaux acteurs du secteur (commis, serveur, maîtres d'hôtel, directeurs de salle, sommeliers, et barmans), accompagnés du corps enseignant et des formateurs sont vivement encouragés à apporter leur soutien. A l'initiative de ce beau projet : le Président du Comité France formation et alternance, Régis Marcon qui a annoncé « une étude diagnostic sur l'évolution des métiers de la salle en termes d'amélioration des conditions de travail, d'évolution, de rémunération, etc. » Seront abordés également le rôle des professionnels dans les différents systèmes d'orientation, les facteurs pour fidéliser les gens du service (salaire, pourcentage, autres avantages), le développement et l'innovation des techniques de service et de savoir-faire, et le rôle des cuisiniers dans la communication sur les métiers de la salle. ■

Aude Aboucaya



Le rendez-vous mondial restauration & hôtellerie

26-30 janvier 2013

[www.sirha.com](http://www.sirha.com)

[www.sirha-world-cuisine-summit.com](http://www.sirha-world-cuisine-summit.com)

Flashez ce code pour télécharger l'application Sirha sur votre mobile



**Je suis unique.** Je réunis toute l'offre pour chaque forme de restauration dans une ambiance incomparable où se retrouve la plus grande communauté de Chefs.

**Je suis l'avant-garde.** Je vous fais découvrir les dernières innovations et vous dévoile les courants de demain ; je crée la tendance en temps réel sous vos yeux.

**Je suis spectaculaire.** Je vous promets les shows les plus prestigieux, les émotions les plus fortes, les plus belles rencontres.

**Je suis la recette gagnante.** Pour valoriser votre entreprise auprès des décideurs, des utilisateurs et prescripteurs.

**Je suis la tendance dans tous ses états. Je suis le Sirha !**

Votre badge d'accès gratuit sur [www.sirha.com](http://www.sirha.com) avec le code invitation PFE

Sous le Haut patronage de





# La naissance d'Ô Service - des talents de demain

« Redonner du sens à notre profession en indiquant le chemin à suivre... »  
 Telle est la volonté de l'association Ô Service - des talents de demain, qui a vu le jour durant l'été 2012, sous l'impulsion de Denis COURTIADÉ (Le Plaza Athénée), son président. Loin d'être impossible, bien au contraire, la mission centrale de l'association consistera par ses actions à revaloriser les métiers de la salle.

Fédérés autour de ce projet, Bruno TREFFEL (Président de l'ANPCR - URMA Nord - Pas-de-Calais), Frédéric KAISER (Le Bristol), Olivier NOVELLI (Le Negresco), Éric ROUSSEAU (Relais Bernard Loiseau), Florence LAFOSSE (Groupe Flo), Stéphanie LECLERRE (La Suite), Julie TROCHAIN (Le 3), Yohan JOSSIER (Régis et Jacques Marcon), Michaël BOUVIER (La Pyramide), Joaquim BRAZ (Groupe Frères Blanc), Pascal GARNIER (La Grenouillère) et Michel LANG (Le Louis XV) sont membres de l'association gérée par - et pour - les personnels de salle dans la restauration et l'hôtellerie, elle reste ouverte aux professionnels comme aux étudiants de la filière qui ont à cœur de promouvoir l'Art des services de la table.

Ayant pour but de rassembler pour mieux accompagner et former les professionnels d'aujourd'hui et de demain, dans un monde en perpétuel mouvement, Ô Service - des talents de demain propose aux professionnels d'échanger, comparer, faire évoluer et revaloriser une profession dynamique, mais parfois malmenée.

A travers différents prix, concours, colloques et manifestations, l'association mettra en relation acteurs, experts et professionnels pour transmettre à ses adhérents toutes les informations sur l'évolution de la profession.

Pour ceux qui pensent que le service est un Art et non une servitude, pour ceux qui veulent être Acteurs de leur métier, pour ceux qui croient aux valeurs d'Hospitalité et d'Accueil à la française, Ô Service - des talents de demain met tout en œuvre pour faire évoluer avec l'ensemble des grands acteurs de la profession, la vision du métier.



Ô Service - des talents de demain s'ouvre à tous les professionnels de la salle, les professeurs et les étudiants.

Fédérer, se concerter, échanger, pour répondre à la philosophie d'Ô Service et de ses membres fondateurs.

Envie de participer, de nous rejoindre : [www.osevice.fr](http://www.osevice.fr)

Aujourd'hui, il nous faut constituer le conseil d'administration élargi qui se veut être composé d'un professionnel et d'un professeur par région administrative.

Pour poser candidature au conseil d'administration et ainsi participer de manière forte et active à la revalorisation de nos métiers : [www.osevice.fr](http://www.osevice.fr)

L'actualité prochaine de Ô Service - des talents de demain :

- La tenue du 1<sup>er</sup> conseil d'administration élargi
- La répartition des différentes commissions (inventaire, promotion des métiers de la salle, communication, concours...)
- Le déploiement du site [www.osevice.fr](http://www.osevice.fr) (témoignages, outils, forums...)
- La mise en place du programme de la 1<sup>ère</sup> assemblée générale de Ô Service - des talents de demain pour le 2<sup>ème</sup> semestre 2013.

Vous souhaitez devenir partenaire d'Ô Service : [president@osevice.fr](mailto:president@osevice.fr)

**Nous écrire :**

Ô Service - des talents de demain  
 11 rue Marbeuf  
 75008 PARIS



Denis Courtiade  
Président



Bruno Treffel  
Administrateur



Frédéric Kaiser  
Vice-Président



Olivier Novelli  
Vice-Président



Éric Rousseau  
Trésorier



Yohan Jossier  
Trésorier Adjoint



Pascal Garnier  
Secrétaire



Julie Trochain  
Trésorière Adjointe



Michael Bouvier  
Membre Fondateur



Michel Lang  
Membre Fondateur



Joaquim Braz  
Membre Fondateur



Stéphanie Leclerre  
Membre Fondateur



LA TABLE EST UN ART  
 GAMME PRESTIGE 75cl  
**evian BADOIT**  
 PROFESSIONNELS

DANONE



# Combattre les idées reçues

Nous pouvons nous demander pourquoi le monde de la restauration fait peur à tant de jeunes gens ? Pourquoi tant d'à priori ? Je vous assure, nous nous faisons souvent une fausse idée de ce métier. Arrêtons, arrêtez de parler de la restauration dans des termes négatifs et regardons-la d'un œil honnête ! La profession a tellement contribué à l'amélioration des conditions de travail.

## Idée reçue N°1

« Quand on travaille dans la restauration on a toujours des horaires en décalé et des jours de congés différents... »

Mais qui n'en a pas ? En outre, il y a aussi des avantages. Vous êtes libre durant vos après-midi, tous les magasins sont ouverts, vous ne subissez pas de file d'attente en caisse. Bref autant de choses qui ne seront plus à faire pendant vos jours de repos. Congés décalés, certes. Mais, cela permet également de partir en vacances à moindre coût dans des endroits qui ne seront pas surpeuplés. La restauration n'est pas la seule branche à avoir des horaires quelque peu particuliers. Que dire des médecins, chirurgiens, hôtesse de l'air, pompiers, appelés à venir travailler à toute heure du jour ou de la nuit ? Au moins quand le restaurant ferme ses portes, vous savez que votre journée est terminée pour de bon.

## Idée reçue N°2

« Vie de famille et vie professionnelle sont difficiles à concilier dans la restauration ».

Rien n'est impossible, cela demande juste un peu plus d'organisation, particulièrement avec des enfants et un conjoint qui n'exerce pas la même profession. Une nounou conciliante

et un conjoint compréhensif sont les clés de la réussite. A vous de faire les bons choix tout en faisant preuve d'organisation.

## Idée reçue N°3

« La restauration est une voie de garage pour ceux qui n'ont pas de diplômes ou qui ne savent pas quoi faire ».

Comment peut-on dire d'un métier que c'est une voie de garage ? Tout d'abord il n'y pas de sous-métier, tout travail contribue à faire tourner la machine économique et apporte sa pierre à l'édifice. La restauration n'est pas une voie de garage, mais bel et bien une formidable opportunité de faire carrière et d'évoluer. Cela permet également de rencontrer des personnes venues du monde entier, de connaître différentes cultures et produits de tout horizon. C'est plutôt une vocation qui peut vous permettre un jour d'être serveur dans un fastfood en Angleterre et l'année suivante, maître d'hôtel dans un palace à Hong-Kong. Cette mauvaise réputation vient probablement du fait que bon nombre de personnes nous considèrent comme des « porteurs d'assiettes » ou « de plateaux ». Mais ceux qui le pensent ont-ils déjà travaillé dans un restaurant et porté ces fameuses assiettes ou plateaux ? Ont-ils compris que c'était tout un art ? Ne croyez pas que la chose soit aisée. Les métiers de serveur, chef de rang et maître d'hôtel font l'objet d'un apprentissage à l'instar de tout autre métier. Mais en plus de cela, il faut être en mesure de comprendre le client, être discret, attentif et prévoyant. Et, en somme, exceller en tout, afin de satisfaire une clientèle qui vient de plus en plus loin et qui est de plus en plus exigeante.

## Idée reçue N°4

« La restauration paie mal ».

Une rumeur de plus qui nous fait bien du tort. Nous ne sommes pas plus mal payés que dans d'autres métiers. Nous pouvons même l'être davantage grâce aux clients et aux pourboires ; signe évident de gratification et de reconnaissance pour la bonne soirée passée grâce à notre service. Seule ombre au tableau : les heures supplémentaires ne sont pas toujours payées mais bien souvent récupérées. Est-ce le plus important lorsque l'on fait un métier passionnant ? Et l'on sait, combien il est important d'aimer ce que l'on fait et de se lever avec l'envie d'aller travailler. N'oublions pas que nous passons plus de la moitié de notre vie au travail. Cependant, il est vrai que « tout travail mérite salaire »...

Ce témoignage s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent travailler dans nos métiers de la restauration, ainsi qu'à tous les acteurs professionnels ou enseignants désabusés. N'écoutez pas les idées reçues et lancez-vous ! Faites carrière et vivez pleinement cette aventure professionnelle passionnante.

■ **Cécile GAILLARD,**  
Manager de restaurant  
(Ecole Grégoire Ferrandi, Paris)



## Vers une transfiguration de la relation client...

Le métier de chef cuisinier a changé. Les métiers de la salle également. Aujourd'hui, la relation à la clientèle est plus riche et la notion de service rendu plus précise et poussée. Le rôle de ces métiers en salle s'apparente à bien des égards et de plus en plus, au fil des années, à celui de « public relation ». Autrement dit cette mission de relations publiques va bien au-delà du simple service en salle, bien au-delà des murs de l'espace de vente, à proprement parler. Le témoignage qui suit et qui vient de l'intérieur va dans ce sens.

A l'heure où les mots « Design » et « Culinaire » se marient et que l'hyper médiatisation des Chefs de cuisine est toujours plus importante, les métiers de salle sont malmenés et n'ont plus la juste place dont ils jouissaient il y a quelques dizaines d'années encore. Loin est le temps de Vatel où le Maître d'hôtel n'était pas seulement en charge de la salle mais également de la cuisine. C'est vrai, les métiers de salle et les salles de restaurant ont eux-mêmes évolué.

### Conquête et reconquête

La qualité des mets servis et le soin apporté au service ne sont plus les seuls facteurs de succès et de durabilité. De plus en plus scénarisée comme un théâtre de vie, la salle de restaurant elle-même se transforme. La sonorisation, les couleurs, les matériaux, les odeurs, les graphismes, l'ambiance en général font maintenant partie intégrante de l'appréciation de nos Clients. La salle de restaurant n'est plus seulement une salle à manger, mais on y trouve d'autres espaces adjacents qui peuvent être : une cave à vin ou une cuisine ouverte, une boutique, une vitrine, un espace de nouvelles technologies, un lieu de divertissements pour les plus jeunes...

La salle se doit aujourd'hui d'être animée et en constante évolution. Cette évolution accompagne celle des métiers de salle, car des beaux lieux, bien pensés, bien agencés, sont faciles à trouver mais c'est la richesse de ses acteurs qui fera sa différence. Des standards et codes stricts de l'ancienne école, notre métier passe à des codes moins solennels. Base de nos formations à tous, la rigueur que l'on nous a enseigné, se traduit aujourd'hui par une

proximité décontractée mais non moins professionnelle avec nos hôtes. Celle-ci passe autant par les codes vestimentaires -notre paraître- mais aussi par notre savoir-être à leur égard. Flambage et découpage en salle laissent doucement leur place à d'autres animations. Nouvelle méthode de cuisson, concentration sur le graphisme de l'assiette, c'est aujourd'hui plus le chef de cuisine qui se doit de surprendre.

Les maîtres d'hôtel opèrent aujourd'hui autant dans un costume de « Relations Publiques » que dans un costume de conseil, d'information et d'orientation de choix de mets et d'animation. Les métiers du bar également évoluent. Le barman (et notamment le barman d'hôtel), toujours confiant d'un soir est maintenant mixologue, créateur qui se doit de rivaliser d'originalité. Il joue avec le feu, fait des acrobaties avec ses ustensiles ou de la magie. Nous attendons de lui une parfaite maîtrise de ses classiques, mais également une grande originalité dans sa création. Notre clientèle évolue sans cesse. Aujourd'hui il semblerait qu'une dimension d'interactivité soit entrée dans l'appréciation de nos Hôtes. Il n'est plus un client consommateur mais un consommateur-acteur de nos « théâtres ».

Les nouvelles clientèles étant les plus difficiles à fidéliser. Il s'agit d'une conquête et d'une reconquête inlassables qui sont nécessaires. La surprise doit être à chaque rendez-vous, car nos chers hôtes n'auront aucun mal à nous « zapper » dans le cas contraire.

■ **Christophe Lemblé,**  
Etudiant au Lycée Storck Guebwiller.



# Les qualités humaines en salle

A travers les témoignages recueillis, l'analyse donnée par les différents intervenants et auteurs de ces textes, il est aisé de mettre en exergue les qualités et compétences requises pour travailler en salle. Quelque soit le poste, ces compétences et pré-requis s'avèrent transversaux à tous les métiers en salle.

Tour d'horizon de l'humanité dont font preuve au quotidien les professionnels de la salle...

## Hospitalité

Un mot qui a perdu de nos jours sa véritable valeur. L'hospitalité est pour moi, l'art et la manière de recevoir pour faire plaisir, combler de bonheur les voyageurs qui s'arrêtent pour trouver une maison accueillante, une réception chaleureuse et du bien-être. L'hospitalité, c'est un état d'esprit, c'est aussi un sentiment de générosité. Elle ne s'achète pas, elle s'offre spontanément aux personnes de passage qui cherchent un lieu pour se reposer. Dans la vie courante on dit aussi « je donne ou j'offre l'hospitalité. En d'autres termes : je reçois chez moi avec plaisir et pour le plaisir des personnes accueillies.

■ **Alain Francoz, Directeur du restaurant L'Auberge des Templiers (Loiret)**

## Le cabriolet et la jolie fille

Il y a en France comme un curieux rapport au métier de service et de l'hospitalité. Il est sans doute dû à une sorte de contrariété génitale, née probablement de l'étrange chimie des toits en zinc, des bécots en feutrine et de la baguette de pain. Nulle part au monde, on se comporte de la sorte. Comme si l'on voulait être à la place de l'autre. En Angleterre, pour avoir été pompiste dans une station service sur la M6, j'ai appris que cela ne servait à rien d'envier son prochain. Chacun a sa place. En France, c'est différent. On voudrait les clés de la voiture et la jolie fille assise sur le fauteuil avant. Le métier de service est une sorte de vocation magique qui permet précisément de dépasser tout cela. Il y a en soi une authentique dimension du don. Mais malheureusement, on laisse cette part sommeiller. C'est un tort. Mon métier de journaliste gastronomique m'entraîne partout dans le monde à m'asseoir sur un banc, une chaise, un tabouret, en tailleur, debout, allongé. Et pouvoir alors apprécier les qualités du service. Il participe pour moi pour une grande part au bonheur d'être au restaurant. Si je vois un serveur, ou une serveuse contrariée, cela me met la puce à l'oreille. C'est logiquement la caractéristique d'un dysfonctionnement et celui-ci, comme le fil d'un tapis que l'on remonte, vous mène à l'ensemble de la philosophie du restaurant. Un employé malheureux signifie parfois que celui-ci a peut-être une vie du même métal, mais bien souvent, c'est dans l'organisation même du restaurant qu'il faut remonter. Pour moi, une table n'est qu'harmonie. Quelle qu'elle soit : luxueuse, modeste, expérimentale, à la mode, loupée, brillante, minable... Entre la poignée de la porte et l'état des chambres froides, il y a une totale cohérence. Si un serveur râle, c'est qu'il est souvent mal considéré, mal payé, mal traité, mal à l'aise. Les produits doivent l'être également (mal payés, mal choisis, mal entreposés). Le service est donc l'étendard de l'établissement. S'il est rayonnant, alors immédiatement les compas s'affolent, le plaisir aussi. Le service est non seulement l'image d'un établissement, c'est aussi son incarnation. Il ne saurait y avoir d'excellent restaurant sans un très bon service. Il est le prolongement de la cuisine, l'esprit des plats. C'est souvent en un geste (déposer une tasse de café) que j'arrive à sonder l'humanisme d'une adresse. Après tout peut arriver, mais rien n'est vraiment significatif. Si une saucière tombe sur le sol, ce n'est pas grave, c'est juste maladroit et cela ne signifie rien. Voilà pourquoi, même si on l'oublie souvent, l'attitude d'un maître d'hôtel, son sillage (les odeurs désobligeantes sont un manque de respect de soi, et des autres), son vocabulaire, sont un livre ouvert. Il y a de surcroît dans cette dimension de



**METRO**  
voue une passion  
aux grands vins !

Pour son offre Premium,  
METRO sort les plus belles  
bouteilles de sa cave :  
la preuve avec le  
Saint-Emilion Grand cru  
2005 du Château  
Jean-Faure !

Situé sur le vignoble de Saint-Emilion, à proximité de châteaux mythiques comme Cheval Blanc ou Figeac, le Château Jean-Faure possède, depuis la révision du classement des Saint-Emilion Grand Cru de 2012, le statut de cru classé. Une distinction amplement méritée pour une propriété qui profite d'un terroir remarquable et qui, depuis son rachat par Olivier Decelle en 2004, a fait l'objet d'investissements et de restructurations à la vigne comme à la cave. Exceptionnel dans le Bordelais, le millésime 2005 y révèle un équilibre qui confine à la perfection. À dominante de Cabernet assemblé avec du Merlot et du Malbec, ce vin est délicieux aujourd'hui et détient le potentiel pour tenir encore dans le temps.

**METRO** À vos côtés pour défendre votre indépendance

Pour nous contacter :

**METRO** •fr ou **N° Indigo** 0 825 09 09 09





© laurent hamels - Fotolia.com

service une résonance encore plus intrigante, celle d'un rapport apparemment clair qui ne l'a jamais été. Qui sert vraiment, qui est le maître, le serveur ? Un film superbe l'illustre fort bien, il s'agit de celui de Joseph Losey : the Servant. Et j'aime à penser que la vision d'un serveur de restaurant, terminant son service et repartant au volant d'un cabriolet avec une jolie fille à ses côtés, me rend la vie encore plus vivante et savoureuse.

■ **François Simon, Journaliste (Le Figaro, Paris Première, Direct 8 et France Inter)**

### L'art du service

« L'Art du Service », c'est l'art de faire d'un instant culinaire une expérience globale de façon à ce que le client passe un moment agréable digne de la réputation de l'établissement. Tout doit donc être mis en œuvre pour y

parvenir : un accueil chaleureux avec sourire et gentillesse, et bien sûr, professionnalisme. Il faut faire preuve d'une grande écoute, ce qui est primordial, de manière à créer une ambiance positive afin de faire vivre une expérience culinaire d'exception. Nos actions nous permettent de partager ces moments privilégiés et souvent uniques avec nos clients au travers de nos préparations en salle de découpe, de filetage, de flambage... Nos connaissances théoriques et pratiques, acquises depuis l'école hôtelière, nous facilitent l'argumentation de nos réalisations au guéridon et nos clients adorent cela ! Je trouve que le mot art dans « l'art du service », fait référence au monde du spectacle, à l'univers des artistes en tout genre. Dans notre profession, il symbolise les actions d'un employé de restaurant, d'accueil ou de service, qui travaille, en direct, face à ses clients/spectateurs. Il n'a bien évidemment pas le droit à l'erreur. D'ailleurs les similitudes sont nombreuses entre les métiers du spectacle et les métiers de service : décor, costume, maquillage, scénario, acteur, rôle, texte, chorégraphie... Et d'une façon imagée, notre art du service est périlleux car il s'effectue sans filet. L'imprévu, même si le maître d'hôtel est bien formé et bien préparé, il faut savoir le gérer. Il porte bien son nom, hélas, car il arrive toujours quand personne ne s'y attend... Je me souviens de cette anecdote qui est arrivée à un de mes formateurs qui maîtrisait de longue date le découpage de la « Volaille de Bresse en vessie ». C'était mon jour J, il allait me montrer et m'expliquer l'art de la découpe de ce mets d'exception, un grand classique de la cuisine bourgeoise. Mais patatra ! A peine la vessie percée que le bouillon de cuisson s'en est échappé. Tel un mini geyser, il a atterri directement sur une tapisserie murale qui était, hélas, classée et donc, d'une valeur inestimable. « L'art du service » ? C'est la capacité qu'ont les employés dédiés à l'accueil et au service de pouvoir s'adapter et réagir à une situation unique et souvent imprévue. Bonne ou mauvaise expérience ? Je ne sais pas, mais en tout cas, cela nous a permis d'aller de l'avant et de ne jamais refaire la même erreur. Nous en avons tiré une philosophie : « une erreur est une chance ». Elle permet la remise en question. C'est d'ailleurs dans les moments difficiles que l'on apprend le plus, il faut juste savoir en tirer profit. Les actions correctives nous permettent ensuite d'affiner notre expérience et notre expertise. J'ai la chance de pouvoir exercer un métier qui me ressemble, dans lequel je peux m'épanouir et exprimer mes qualités : gentillesse, convivialité, sens de la rigueur, discrétion, avec toujours un œil attentif, afin que mes clients ne manquent jamais de rien. De nos jours, le constat est amer, notre art ne trouve plus de disciples pour l'exercer. J'espère qu'à travers mon témoignage, nos témoignages, la profession, dans son ensemble, prenne conscience de l'urgence de la situation. Les métiers de service doivent être rapidement revalorisés et remis en « scène » afin de redonner l'envie aux jeunes d'exercer cette profession qui est avant tout une passion. Les maîtres d'hôtel, certainement les premiers responsables, ont peut-être accepté un peu trop facilement le service « à l'assiette » proposé à l'époque de la « nouvelle cuisine » réduisant le personnel de salle à une mise en valeur narrative du travail réalisé par les cuisiniers en cuisine et ce, loin des cinq sens de notre clientèle attablée. Oyez Oyez, braves Gens ! Il faut ressortir nos réchauds, nos «

bi-métaux », nos planches à découper le saumon, nos torpilleurs, nos chariots à fromages, nos cafetières cona et Hellem afin de redonner à nos salles de restaurant, cette ambiance festive. Ne sommes nous pas des chefs d'orchestre ? Un maître d'hôtel n'est-il pas le diapason du restaurant ? Celui qui donne le « la » du service, en somme.

■ **Michaël Bouvier Directeur du restaurant La Pyramide (Vienne)**

### Patience et rythme La routine, cette inconnue

En qualité d'enseignante des métiers des arts de la table à l'Ecole Grégoire Ferrandi, j'ai à cœur de jouer pleinement mes rôles de professeur de classe et de directrice de salle du restaurant d'application. Je me dois de dispenser un enseignement à travers des cours de formation et de théorie et mettre en pratique des situations professionnelles lors des services au restaurant. La valorisation de mon métier est de voir l'évolution, autant professionnelle que personnelle des différents étudiants qui intègrent notre école forte de sa réputation. Ils viennent souvent à notre rencontre pour apprendre un métier dont ils ont peu de vision globale du fait de sa complexité et de sa diversité. Après les premiers mois d'apprentissage et quelques expériences de terrain, les étudiants se surprennent à mettre des actions en place, ils assimilent rapidement que ce métier est en mouvement, que chaque jour est différent, ils comprennent l'importance du travail en équipe pour obtenir un résultat... Ils échangent respectueusement les savoirs faire avec les professeurs de cuisine. Et face à nos clients du restaurant d'application, mes élèves sont fiers d'être acteur et de pouvoir s'exprimer en public via la présentation de la carte, l'explication des produits alimentaires et leurs régions de production et la description des thématiques de service costume/décoration de la salle... Cette prise de parole les terrifiait il y a encore quelques mois. Je suis donc, tour à tour, enseignante et responsable de salle, je me dois de former mon équipe, la rendre cohérente, motivée, et efficace. J'ai un devoir d'exemplarité. J'ai plaisir à les accueillir chaque matin et j'attends d'eux en retour qu'ils aient ce même plaisir à venir à l'école, partager ma passion et la leur, et qu'ils la transmettent ensuite à leurs clients. La fonction d'un responsable de salle est donc de créer une équipe autour de lui, en gardant bien en tête qu'il n'est pas un personnage unique, mais de par sa fonction, il est naturellement la personne centrale. Il doit s'assurer que tous les maillons de son équipe trouvent leur position et leur importance dans les différentes tâches qu'ils auront à réaliser afin que le client soit toujours agréablement accueilli et servi. Il doit être fédérateur et insuffler un « stress positif » lors des services. Il se doit d'être toujours disponible et s'assurer de la motivation quotidienne de ses troupes. Il doit aussi savoir remercier, féliciter, encourager, et sanctionner avec justesse. Un employé de restaurant responsable, quelque soit son grade ou sa fonction, se doit d'être ouvert, volontaire, curieux, dynamique. Il doit avoir envie de donner envie, être

capable de rentrer dans la peau de plusieurs personnages tout en étant unique et avoir la faculté de donner une « âme », une « atmosphère » à une salle de restaurant. Notre métier est très enrichissant du fait de la diversité des tâches à réaliser et des nombreux échanges et rencontres du quotidien. La routine nous est inconnue. Pour moi le service de demain, sera « simplifié » en apparence, mais la culture des équipes de salle sera d'autant développée (dégustation de produits, visite de site de production, lecture des news tous les jours, visite d'exposition...). Mon idéal serait de pouvoir créer un service personnalisé, d'où, comment développer les compétences de mes élèves à détecter les différents comportements, habitudes, coutumes de chacune de nos clientèles. Nous devons continuer à « capter » les tendances de notre environnement afin d'anticiper les futurs attentes de nos clients, élèves et employés. Nos établissements, école ou restaurant, doivent s'appuyer sur leurs traditions afin de continuer leurs évolutions. L'art du service est bien plus qu'un métier, car le service n'est pas un art figé, c'est un art vivant, un état d'esprit, une philosophie, une dynamique, une passion qui se développe de jour en jour. Nous partageons une part de rêve avec nos clients et nos élèves.

■ **Céline Nasution, Formateur technique de restaurant, Ecole Grégoire Ferrandi, Paris**

« Le Un s'accomplit dans le multiple, le multiple révèle le Un sans le dénaturer. Trouver ce lien, c'est créer l'harmonie. »

**Raphael Stainville**  
Ecrivain et journaliste



© Michael Nivelet - Fotolia.com





## Le maître d'hôtel du grand siècle, l'aristocrate du service de bouche

De tous les officiers domestiques du service de bouche d'un hôtel aristocratique de l'Ancien Régime, le maître d'hôtel est le plus important. Souvent exercée par d'authentiques nobles, servant épée au côté, cette charge demeure de loin la plus rémunératrice, la plus prestigieuse et la plus enviée. « Charge considérable, [qui] ne déroge pas même à la noblesse, et est plustost d'honneur que de service » précise *L'Escole parfaite des officiers de bouche* ; contenant le vray maistre d'hostel (1662).

La condition sine qua non de masculinité de la charge renforce d'autant le statut du maître d'hôtel. Une femme ne saurait exercer cette fonction, seuls les hommes servent le roi de France et les tables princières et nobiliaires.

Le maître d'hôtel est l'équivalent d'un metteur en scène, d'autant que la table aristocratique offre le spectacle quotidien de l'excellence sociale. Il décide du lieu du repas, de la disposition des tables et des luminaires. Il s'occupe de l'ordre des mets, du plan de table et de l'élégance d'un service à la française marqué par l'ordonnancement strictement symétrique d'une multitude de plats sur la table à chaque service, du potage au fruit (dessert). Il gère la table quotidienne et les festins des grandes réceptions où se jouent sa renommée et celle de son maître. Lors d'un repas d'exception, il est d'ailleurs possible de louer les services d'un maître d'hôtel réputé.

### Fonction d'encadrement

Le maître d'hôtel encadre les autres officiers de

bouche et contrôle le personnel des cuisines. Il gère l'approvisionnement des cuisines, ainsi que la vaisselle, le luminaire et le linge de table, et passe avec des pourvoyeurs des marchés fixant qualité, quantité et prix des denrées souhaitées ainsi que le lieu de leur livraison. Il se doit de tenir un mémoire exact et précis des dépenses, et d'en rendre compte au contrôleur général ou à l'intendant de la maison.

En avril 1671, le célèbre suicide de Vatel, maître d'hôtel du prince de Condé, tient à un surmenage qui l'a conduit à croire que le poisson allait manquer, non à la table du roi, mais à des tables secondaires, à la certitude de connaître le déshonneur public de n'avoir pu parfaitement orchestrer les réjouissances offertes au souverain. Connu par une lettre de Madame de Sévigné, l'épisode révèle l'importance du paraître dans la charge d'un maître d'hôtel qui, à chaque repas, donne à voir sa compétence et le rang du maître qu'il sert.

### Fonction exposée

Contrairement au cuisinier, il œuvre sous le regard des convives. Il se doit donc d'être de « belle figure », autrement dit de soigner son apparence et de connaître et respecter les bonnes manières de la civilité.

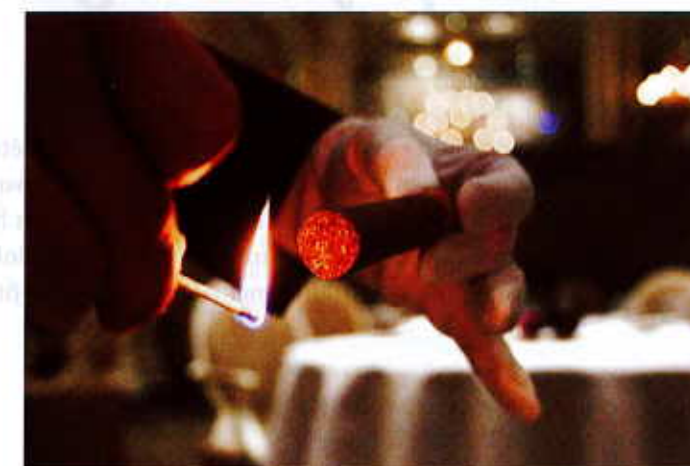
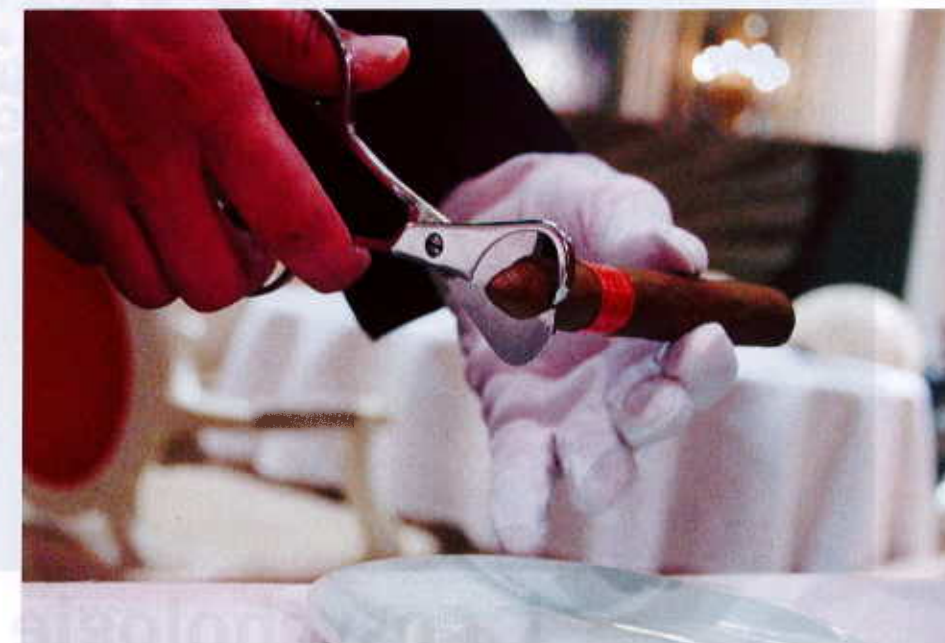
A l'exemple du Nouveau et parfait maistre d'hostel royal, enseignant la manière de couvrir les tables dans les ordinaires & festins, tant en viande qu'en poisson, suivant les quatre saisons de l'année. Le tout représenté par un grand nombre de figures (1662) de Pierre de Lune, toute une littérature technique décrit la charge du parfait maître d'hôtel. Ces ouvrages proposent des menus types, des plans de table, expliquent l'art de dresser une collation ou un ambigu (collation de mets chauds et froids, salés et sucrés, servis en même temps). Cette production est destinée à des maîtres d'hôtel déjà en place et à tous ceux qui désirent le devenir. Ces traités ont souvent été composés par des maîtres d'hôtel comme Crespin (*Oeconomie ou le vray advis pour se faire bien servir*, 1641) ou Audiger, le célèbre auteur de *La Maison réglée*, et l'art de diriger la maison d'un grand seigneur & autres, tant à la ville qu'à la campagne (1692). Il est également probable que le mystérieux L.S.R, auteur de *l'Art de bien traiter* (1674), soit un maître d'hôtel ; l'attention portée à l'art de dresser des collations et des ambigus, le souci des aspects du service et du décorum de la table le laisseraient penser, tout comme ses attaques contre le cuisinier La Varenne, l'auteur du *Cuisinier françois* (1651). A ces ouvrages, il convient d'ajouter les livres de cuisine qui se multiplient après 1651, lesquels proposent des exemples de menus et, parfois, de plans de table.

### La fonction et l'esthétique

L'objectif est bien de civiliser au plus haut point la cuisine en la codifiant. L'art du maître d'hôtel vise à un contentement esthétique total des convives, pas uniquement de leur palais. Le rôle capital dévolu à cet officier de bouche souligne l'appartenance de la cuisine aux beaux-arts : l'ordre des services et la procession des plats s'apparentent au ballet ; le décor et le plan de table s'inspirent de l'architecture et de l'art des jardins. Et le maître d'hôtel veille à tout cela comme un peintre sur son atelier.

### Duo salle/cuisine

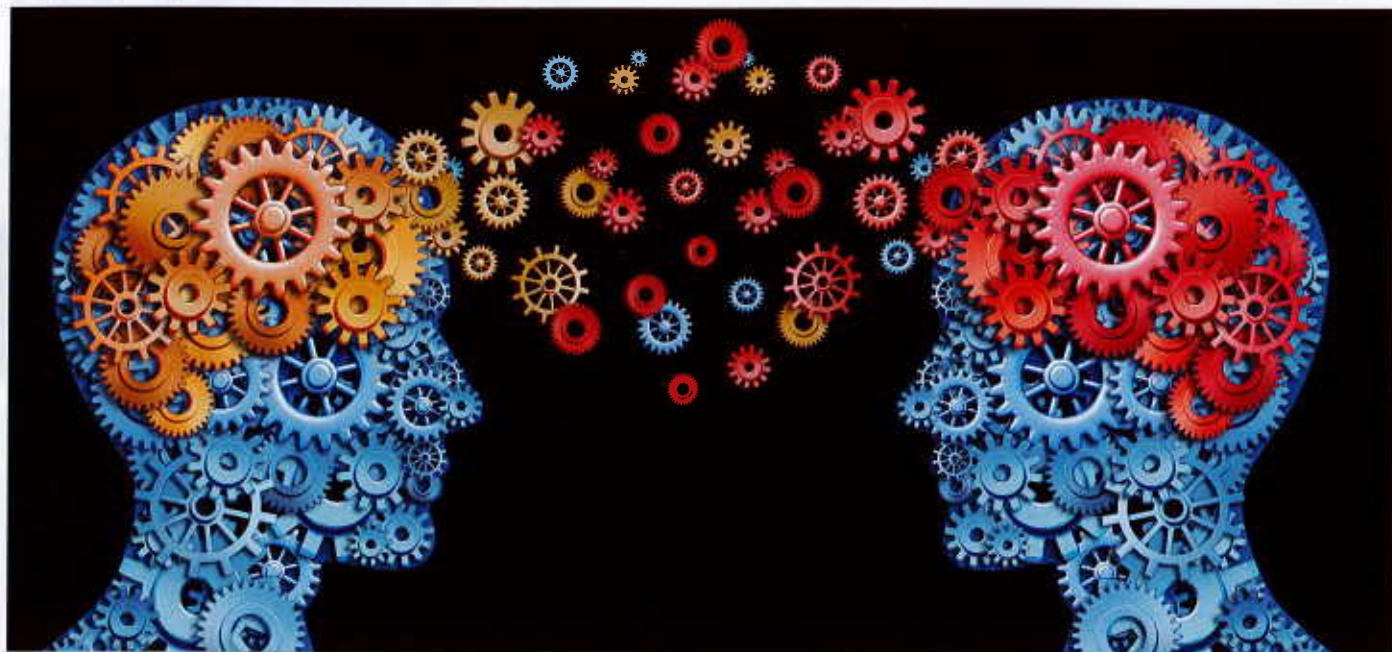
Dans la culture de table de l'aristocratie, le maître d'hôtel est ainsi bien plus important que le cuisinier ; leurs différences de traitements et de statut social en témoignent. L'affirmation de la figure du grand cuisinier aux XIXe – XXe siècles s'appuiera d'ailleurs sur une récupération de nombre d'attributs du ci-devant maître d'hôtel comme l'approvisionnement des cuisines, l'élaboration du menu et de l'ordre des mets, sans oublier le passage en salle pour saluer les convives et savoir si le repas s'est parfaitement déroulé. Prenons Carême, premier grand chef de la cuisine française contemporaine. Pâtissier de formation, il s'est rêvé chef de cuisine réunissant les pouvoirs et les savoir-faire du cuisinier, du pâtissier et, surtout, du maître d'hôtel d'Ancien Régime – c'est là que réside la modernité de Carême annonçant la figure française du grand cuisinier.



Et il n'est pas innocent que son Pâtissier royal parisien (1815) soit dédié à Boucher, contrôleur de la maison du prince de Talleyrand, et son Pâtissier pittoresque (1815) à Muller, l'un des maîtres d'hôtel du tsar de Russie.

**Florent Quellier,**  
Maître de conférences en histoire  
moderne, Université de Tours  
Chaire CNRS histoire de l'alimentation  
des mondes modernes





## La psychologie en salle : cas pratique

*Pour étudier le comportement adéquat des métiers de la salle, quoi de mieux qu'une enquête menée par deux psychologues du travail in situ ? En se rendant au Plaza Athénée (restaurant Alain Ducasse) et après de longues heures d'observation, Danielle Daguisé & Geneviève Paquet les deux psychologues spécialisées dans leur domaine, ont rendu leurs conclusions à l'établissement. Et nous font profiter de leur expertise à travers le témoignage qui suit...*

### Comment font-ils pour faire ce qu'ils ont à faire ?

L'objectif ? Entrer dans la pratique de notre métier de psychologue du travail par l'analyse de l'activité dans un restaurant de « Haute Cuisine ».

### La mise en œuvre

Notre travail d'analyse s'est fondé sur l'observation minutieuse, l'écoute attentive, le dialogue et les questionnements des professionnels centrés sur leur activité quotidienne. Nous avons donc été attentives aux langages, aux postures, aux échanges dans le travail. Notre préoccupation centrale : « Comment font-ils pour faire ce qu'ils ont à faire ? ».

Nous avons cherché à saisir ce qui ne se voit pas au premier coup d'œil, comment ils parviennent à atteindre les objectifs fixés en matière d'organisation, de temps, de résultat, mais aussi de précision voire de perfection.

### Observation d'ensemble des équipes de la salle, de la cuisine, et de l'articulation de leurs activités

L'originalité du travail réalisé, le haut niveau de prestation et la forte prescription des activités / la concision et la rapidité de transmission des commandes salle-cuisine / la vigilance portée sur le rythme de l'enchaînement des plats et le suivi individualisé de chaque table / la concentration palpable en cuisine lors des services.

Le niveau de l'activité monte en puissance depuis le garde-manger et entremets en début de service avant de passer aux poissons, aux viandes et à la pâtisserie / la réception et la mémorisation parfaites des commandes par la brigade (plats choisis, numéros de table, nombre de couverts, spécificité du client...). Les commandes Clients sont pourtant exprimées très rapidement et délibérément à voix élevée par le Chef, et suivies instantanément du « oui, Chef » affirmé par la brigade / le fonctionnement à la fois, souple et précis des équipes de salle et de cuisine pendant les services.

Fonctionnant à l'instar des bans de poissons où chacun bien que centré sur son travail reste en totale harmonie avec chaque membre de l'équipe, la hiérarchie, sans heurt ni gêne apparents.

### Questionnements et dialogue avec les professionnels dans des séquences précises d'activité

En salle, le positionnement des tables et des fauteuils, le nappage, le repassage, la mise en place du couvert, des Arts de la table, la vérification de l'ensemble de la salle : les différentes façons de faire une même tâche prescrite (ex : le repassage, la mise en place des nappes, des tables, des sièges, des Arts de la table) pour parvenir au même résultat attendu / la transmission des techniques acquises et développées comme faisant partie de l'histoire du restaurant / la difficulté à atteindre la perfection par

exemple dans la mise en place des nappes et sous nappes / la formation des nouveaux.

En cuisine, la préparation des mises en place / l'importance du résultat à obtenir / le sens que chacun donne aux contraintes de la prescription très présente et particulièrement celles de la perfection et la régularité de la similitude des assiettes au passe / la question des séquences de temps qui tient une place importante dans l'activité / la connaissance parfaite du produit / la maîtrise des gestes et la recherche de la performance / le travail d'équipe, la confrontation aux imprévus / la formation des nouveaux.

### Perception

L'image et la renommée du restaurant sont fortes et présentes en permanence. Elles s'appuient sur la perfection et l'originalité recherchées aussi bien dans les mets, que dans la prestation en salle, afin de satisfaire plus que totalement la clientèle. La prescription est forte, visible et connue de tous : par exemple : la similitude de l'excellence de l'assiette au passe, le rituel de préparation de la salle. La prescription est un élément déterminant pour permettre de se caler sur ce qui est demandé, elle exprime les 'gabarits' attendus. Il n'en reste pas moins que même bien conçue la prescription rassemble l'impersonnel de la tâche ; elle a fait ensuite l'objet de personnalisations de chaque professionnel dans le travail quotidien.

Elle est donc nécessaire mais pas suffisante, en tout cas pour le nouveau qui arrive. La barre est très haute. Ici, les métiers de la restauration sont loin d'être seulement cuisiner des produits et assurer un service en salle. Comme dans un orchestre symphonique, la moindre défaillance est ici mal vécue par le Professionnel ; chaque membre de l'équipe doit assurer sa partition car le travail de l'un impacte vraiment celui de l'autre et de l'équipe.

Chacun attend du collègue une rigueur sans faille dans son poste afin de ne pas voir son propre travail 'endommagé' par une fausse note. C'est une activité qui requiert une grande rigueur et une volonté de perfection, donc une capacité élevée à prendre en compte chaque détail contribuant à la réussite.

Il faut donc à la fois être apte : en cuisine, à travailler dans la minutie, la précision, la patience et la persévérance pendant les temps de préparation et de mise en place / tenir des délais très serrés, être réactifs et avoir le « bon geste » pendant les temps de services / et en permanence être concentré sur le travail d'une matière première coûteuse, noble et exceptionnelle.

En salle : les assiettes, les verres et l'argenterie sont de très haute qualité, il faut donc avoir un grand respect dans la manipulation de ces derniers. Le résultat final et visible de 'l'assiette' et de 'la table', contient et concentre véritablement les traces d'une activité qualifiée importante des équipes. La prescription est surtout une prescription vivante, elle constitue potentiellement un tremplin pour que les professionnels se dépassent. Elle a un sens pour les équipes, ils y retrouvent leur métier. Même si le niveau d'exigence demandé aux professionnels est très élevé, ils ne le vivent pas comme inaccessible, ils se font même

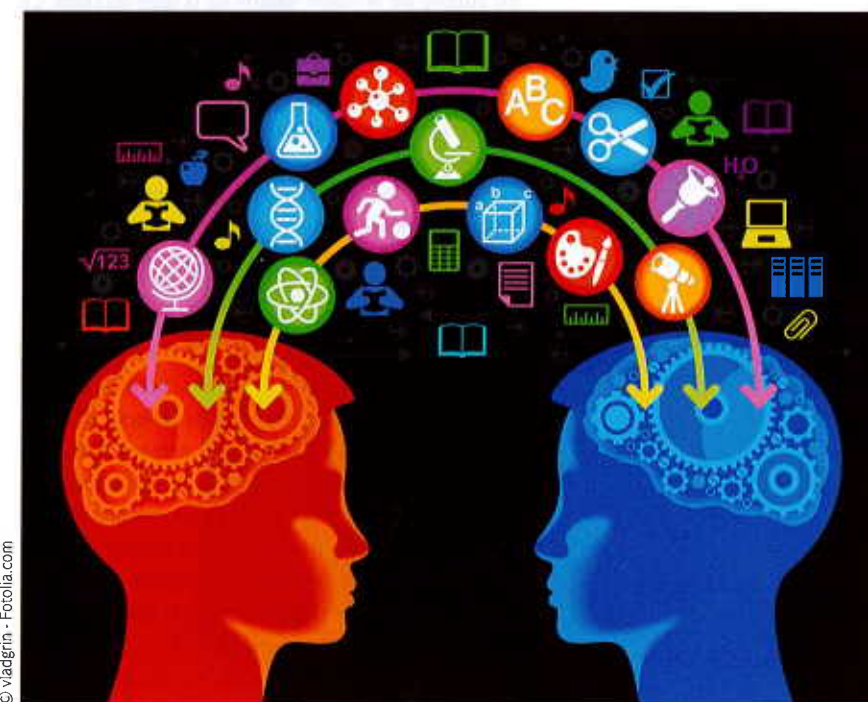
un jeu, un challenge de parvenir à l'excellence requise. L'image du restaurant très haut de gamme a sa place dans l'acceptation des contraintes, ainsi que le sentiment d'évoluer dans un lieu d'exception où ils ont les moyens de bien travailler, et dont ils vont hériter, s'ils réussissent, une expérience valorisée pour leur carrière.

C'est sans doute aussi la raison pour laquelle ils acceptent de vivre les contraintes (nombre d'heures de travail – impact sur la vie sociale...). Si la prescription est vivante et leur donne un cadre pour construire vraiment leur métier, ça ne rend pas la progression dans le métier pour autant plus simple ; c'est à chacun d'être curieux, de se débrouiller pour aller voir au-delà de son poste de travail, tout en faisant parfaitement ce qu'il a à faire. Les professionnels qualifiés sont très investis dans leur histoire professionnelle. Ils expriment le sentiment de faire partie d'un métier qui a une histoire, qui vient de loin, où il y a un genre à préserver et à poursuivre en l'adaptant. Ils sont tellement dedans qu'ils ont naturalisé les postures et les gestes professionnels qui deviennent « automatiques », qui se prennent et se font sans réellement avoir besoin de réfléchir.

C'est le témoignage de leur fort investissement personnel qu'ils perçoivent comme un engagement authentique dans leur métier, sans doute proche du sens que leur donnaient les Compagnons du Tour de France. Nous avons pu identifier plusieurs « destinataires » de l'activité des professionnels volontaires observés : le Client, la hiérarchie, les collègues mais aussi eux-mêmes pour leur présent et leur avenir. Il nous apparaît qu'ils se sentent redevables de la qualité du métier.

Pour entretenir l'énergie vitale de cette motivation il leur reste à pouvoir contribuer individuellement et collectivement au développement de l'histoire de leur métier.

### ■ Danielle Daguisé & Geneviève Paquet, Psychologues du travail





## Le restaurant ou la société du spectacle

*S'il était question de la critique du fétichisme de la marchandise dans l'essai politique de Guy Debord au titre éponyme (La société du spectacle, 1967), il est ici davantage question de théâtralisation de la salle et le mot « spectacle » est à prendre au sens littéral du terme. Aujourd'hui, certains professionnels s'emploient même à désigner l'ouvrage inhérent aux métiers de la salle par l'expression « théâtralisation du service ». Car pour satisfaire une clientèle devenue de plus en plus exigeante, il faut déployer des trésors d'ingéniosité pour régaler à la fois les papilles mais également les yeux et l'ouïe. De quoi battre en brèche l'adage qui dit « Ventre affamé n'a point d'oreilles »...*

### La théâtralisation du service

THE FAT DUCK est un établissement fréquenté par des clients qui font la démarche de venir à Bray, petit village situé à 50 kilomètres à l'ouest de Londres. Ils viennent parfois du bout du monde et ont attendu de longs mois afin d'obtenir le précieux sésame qui leur permet d'accéder à l'univers du chef Heston Blumenthal.

Dans le cas d'un restaurant comme The Fat Duck, le client et le maître d'hôtel partagent une expérience multisensorielle via de très nombreuses interactions. Prenons l'exemple d'un plat appelé : -Sound of the Sea. Dans un premier temps, un Ipod glissé au fond d'un coquillage, est disposé par le maître d'hôtel sur la table du client. Ce dernier invite alors le convive à positionner les écouteurs sur ses oreilles. Un fond sonore est alors diffusé reprenant les sons de l'océan et les cris des mouettes. Le mets, de poissons et de coquillages, arrive sur un plateau, le maître d'hôtel le sert et s'efface. Le but ?... Laisser libre court à l'imaginaire ; que le client puisse apprécier et vivre sa propre expérience. Cette scénographie est complètement surréaliste ; j'ai pu constater, que l'émotion ainsi provoquée, pouvait conduire aux larmes pour certains des convives.

Pour certaines réalisations, le maître d'hôtel ne doit pas être intrusif dans l'espace du client, et pour d'autres, au contraire, il se doit d'être plus présent. Certaines préparations nécessitent une mise en scène préalable à la dégustation. C'est le cas de ce second plat nommé « Quail Jelly, Crayfish Cream, Parfait of Foie Gras and Truffle Toast ». Dans l'idée du synopsis pour un film, une mise en scène est nécessaire. Le maître d'hôtel endosse alors le rôle du présentateur qui doit donner envie d'aller jusqu'au bout de l'histoire. Ici, les cinq sens sont sollicités ; la découverte se fait en trois étapes : la vue, le

goût et l'odorat. La mousse verte représente la forêt d'où s'échappe une vapeur de sous bois évoquant une odeur animale de truffe et de caille. A part, un film dissolvant, au parfum de sous bois, est à faire fondre sur la langue afin de préparer le palais à la dégustation.

Autre particularité de ce restaurant, l'utilisation de l'azote liquide... Un gaz à la température extrême de -196°C. Cela surprend, cela fait parfois peur, mais ici à The Fat Duck, son utilité est de cuire par l'action du froid. L'azote liquide rentre donc dans la réalisation de ce mets qui se nomme « Nitro Scrambled Eggs and Bacon Ice Cream ». De façon très ludique, il s'agit de réaliser un petit déjeuner anglais sous la forme d'un dessert. Devant le client, un œuf est cassé, puis battu, dans un poêlon disposé sur un réchaud. L'hôte est surpris, quand on lui explique qu'il n'y a plus de gaz pour le faire cuire et que pour réaliser ses œufs brouillés, il va falloir utiliser de l'azote liquide. Ce dernier est donc versé sur les œufs brouillés au bacon. La glace obtenue est ensuite déposée sur une



brioche caramélisée façon pain perdu. Au cours de cette réalisation, le maître d'hôtel doit se mettre en scène, afin de surprendre le client et parfois même, lui faire vivre un moment magique.

Les mets, aussi parfaitement réalisés soient-ils, sont sublimés par les explications du maître d'hôtel. Ces dernières permettent de comprendre et de transmettre la philosophie du Chef de cuisine.

The Fat Duck, comme je le dis souvent, restera gravé à jamais dans ma mémoire, j'y ai vécu tellement d'émotions fortes, celles qui vous laissent des souvenirs inoubliables et inaltérables.

**■ Damien Pépin, Maître d'hôtel au Restaurant The Fat Duck (Grande-Bretagne)**

### Globe waiter

Jouer sur le contraste plus encore que sur l'accord... C'est par la petite porte que je suis arrivée en Espagne. Tant d'années ailleurs, d'endroits où les bouteilles sont de coûteux jeux de hasard ou les décors de table d'une gentry revenue de tout. Puis, ce tour du monde, des vins du monde, un sac à dos, les yeux grands ouverts, pas d'a priori. Que dire de plus ? Si, jeunes gens, n'hésitez pas ! Changez de pays comme on change de peau, comme on change d'avis. Passez le cap comme d'autres sautent à l'élastique. Découvrir, voyager, apprendre; mes humbles universités (humanités ?) ne sont que des tampons, des visas sur mon passeport. Je vais déjeuner à El Bulli, en juin 2000, avec mon frère Christophe, missionnaire ès grands crus, et tous nos amis londoniens, je viens en fait de revenir sur terre : finis les jetons de pourboire à Barcelone au Tragaluz. Rien de grave quand on est né dans une affaire de famille, juste au sud de la Loire, à une poignée de kilomètres de Saumur, Bourgueil et Chinon. Au bienheureux pays du travail, des tâches quotidiennes s'effectuent, le potager nourrit la cuisine, on appelle un chat un chat, un bistrot commercialise aussi bien des graines de tomate que du cabernet de comptoir. J'apprends l'espagnol. Là, à El Bulli, au cours de ce repas, le hasard fait bien les choses : Juli Soler, l'ombre de Ferran Adrià, me propose de devenir Sommelière, Cala Montjoi, dans ce lieu qui, à l'époque, tend à devenir central dans la gastronomie des années 2000. Rapidement, j'ai réalisé que j'avais à faire à des fous ! Mais, trop tard, j'en faisais partie. L'adrénaline, les tensions, l'excès. Et surtout, cette énergie créative qui avait fait pêter les portes des cuisines ! Une sorte de machine infernale. L'été à Rosas devenait une fantasmagorie (Dalí, le Rachdingue et les Surréalistes étaient des voisins...), alimentée par les expériences, les tentatives, les pruebas tentées hors-saison au Taller.

Parce qu'évidemment, l'hiver, j'ai continué l'aventure dans cet atelier, au cœur de La ville des Prodiges, laboratoire d'une façon très particulière d'imaginer la cuisine. À El

Bulli, je dois reconnaître que, personnellement, je prenais du plaisir en regardant l'expression des visages à l'arrivée des mets; avant même d'introduire le vin, mon rôle consistait à éveiller les sens, à introduire, à (littéralement) vaporiser des « ambiances », des parfums : sous-bois, fleur d'oranger... Couleurs, formes, textures... Vagues de thon sur le riz, pipettes d'essence de têtes de gambas.

Vous comprenez bien que, finalement, devant cette débauche d'effets, de sensations, de surprises (imaginez la tête de quelqu'un à qui l'on offre une patte de poulet désossée et frite en guise d'amuse-gueule!), il n'était pas évident (voire incongru) de servir du vin, de le mettre en scène. Surtout face à un public qui venait là d'abord pour assister à un spectacle. Cela étant, sûrement à cause de ce spectacle, la plupart des clients, réceptifs, captivés, se laissaient guider, accompagner dans un dédale olfactif et organoleptique, à la bouteille comme au verre. En l'occurrence, le vin devait agir comme un repère en terre inconnue. Je me souviens pour autant de connaisseurs aux idées arrêtées : « que du rouge ! », « Champagne ! », c'est la vie.

J'enfonce une porte ouverte, mais le plus important est de tenter de faire le lien entre le plat et le vin (ce qui au Bulli nécessitait un peu de réflexion, euphémisme), Pardon ! De faire le lien entre le plat, le vin et le client !







© Natis - Fotolia.com

Parce que, nous le savons tous, un sommelier est d'abord un psychologue, l'accoucheur attentif du désir de celui qui cherche une soif à la mesure de sa faim. Pas de place pour les besogneux qui récitent leurs leçons ! À Cala Montjoi, dans cette crique étrange, parfois, l'accord était là. Tant mieux. Je prenais et prends toujours un très grand plaisir à faire des accords en travaillant sur le contraste, éventuellement sur le choc ou encore la surprise, en proposant par exemple des grands vins andalous qui sont des trésors d'une authentique et noble culture.

Depuis ce temps, je suis d'ailleurs (à la ville comme à la scène) tombée amoureuse de ces vins nobles, véritables Grands d'Espagne. Et, si je devais vous faire une confidence, moi, petite paysanne du Haut-Poitou, je dirais, en forçant un peu le trait, que le seul, l'unique diplôme (amical, certes) qui rehausse mon CV est celui d'Ambassadrice, qui m'a été décerné par le Consejo Regulador de Jerez. Je dois aussi reconnaître que j'avais la chance de m'appuyer sur une belle carte des vins dont l'architecture avait été conçue par Agustí Peris qui a ensuite passé le relais à d'autres sommeliers pour enfin arriver à moi.

Nous sommes sommeliers dans l'âme, guidés par l'humilité. Vous imaginez bien que ces années inoubliables constituent un visa indélébile sur mon passeport professionnel.

■ **Isabelle Brunet** Sommelière conseil (Idées Solides et Liquides)

## Les gens du voyage

Ici, c'est un peu comme sur la prestigieuse avenue Montaigne à Paris. Grandes Marques de haute couture et de prêt à porter, bijoutiers de renom, vitrines de luxe où s'y croisent touristes, célébrités et hommes d'affaire du monde entier. Mais où sommes-nous ? Juste derrière la douane du Terminale 2E de l'aéroport Roissy Charles De Gaulle. C'est là que se situe notre -salon lounge, La Première- d'Air France. Espace totalement dédié aux voyageurs en attente ou en transit, repos et restauration y sont proposés. Une vraie invitation aux voyages des sens.

François Delahaye, Directeur de l'Hôtel Plaza Athénée, m'a dit un jour : « *La beauté de ce salon c'est son silence !* ». La carte propose, entre autre, les fameuses coquillettes au jambon et crème de comté à la truffe, le filet de bœuf au poivre mignonette, la tranche de boudin noir lbaiona rissolée. Une traditionnelle machine « Berkel » nous aide à trancher de savoureux jambons espagnols. David Mc Aninch, journaliste pour « Saveurs Magazine », nous a admis que notre restaurant était de loin, le meilleur de son séjour, après qu'il ait vécu quelques expériences gastronomiques pas toutes réussies dans la capitale.

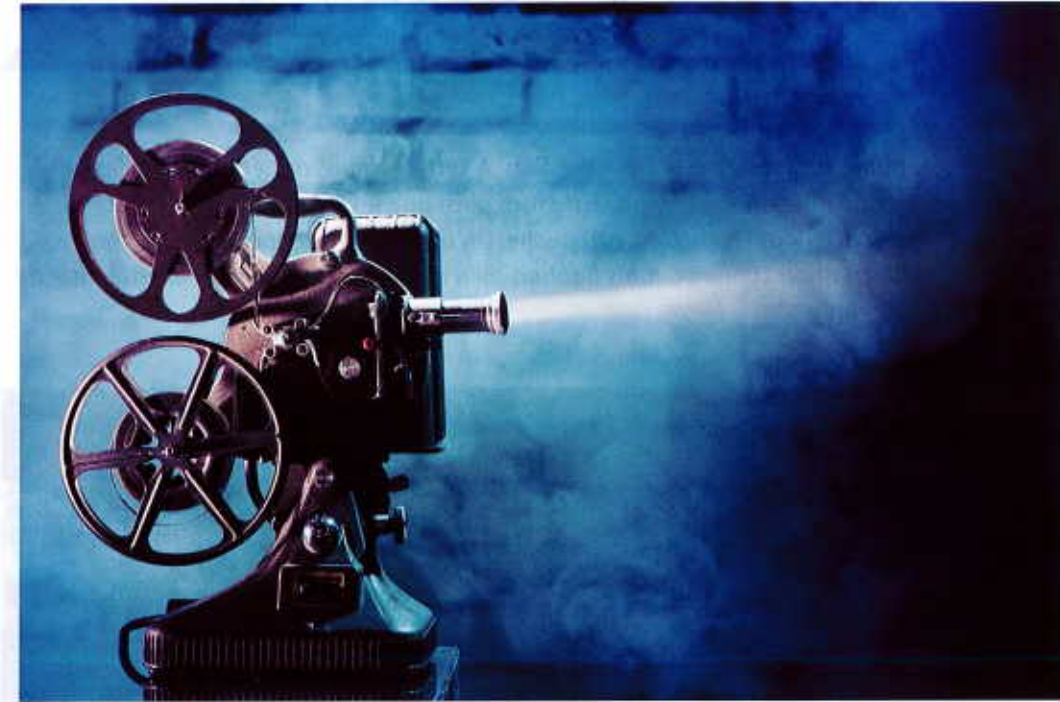
Selon la philosophie d'Alain Ducasse, notre chef : « *si l'on met un poulet rôti à la carte, je veux que ce soit le meilleur poulet rôti ! Je veux que le client voyageur dise que c'est à l'aéroport qu'il a mangé le meilleur poulet rôti de sa vie...* » Notre salon lounge, dressé toute la journée et une grande partie de la nuit, doit rester d'une grande fraîcheur afin de donner, à chaque client voyageur, l'impression d'être le premier arrivé.

Notre clientèle a le choix dans son mode de consommation, manger au restaurant ou au buffet, sur une table haute ou basse, sur une chaise, un fauteuil ou dans un canapé, avant, pendant, ou après un vrai massage pour la détente ou le bien-être. Surprendre nos clients par la qualité de nos produits dans un lieu inattendu, par la qualité de notre service et de nos petites attentions. Un filet de bœuf à 5 heures du matin ou un porridge à minuit, le client voyageur a encore une fois le luxe du choix.

Des madeleines, tout juste sorties du four, et une serviette humide parfumée au jasmin sont offertes en fin de repas. Des sachets de caramels, faits maison, pour calmer les envies en plein vol, sont gracieusement remis au départ.

Le métier de la salle n'est pas un jeu, mais il peut devenir très amusant. La restauration de luxe est un univers passionnant où la satisfaction du client offre un réel enchantement.

■ **Antoine Crépin** Responsable de la restauration du Salon La Première (Air France, Paris-Roissy, CDG)



© legregory - Fotolia.com

## Attention aux effets de mode

Toute la communauté des professeurs et des professionnels du monde de la salle essaient de revaloriser les métiers du service actuellement. Régis Marcon, grâce à l'organisation des assises de la salle le 23 janvier dernier, a impulsé une réflexion nécessaire sur notre métier et sur sa promotion auprès des jeunes. Une des pistes qui a été évoquée et qui semble faire son chemin chez les représentants de ce métier est le rapprochement du monde du service et de celui du théâtre.

Effectivement les liens entre ces deux univers sont nombreux, et l'ensemble des élèves devrait sans aucun doute recevoir des cours sur les postures, l'élocution, la gestuelle... L'organisation d'un service étant comparable à l'organisation d'un spectacle, avec dans le rôle des acteurs les maîtres d'hôtels, chefs de rang et commis. Déjà, plusieurs professeurs de salle proposent des cours sur ce thème, dans le respect des programmes de l'éducation nationale.

Cependant il faut, dans cette recherche de la direction que doit prendre la promotion de notre métier et son enseignement, se souvenir des erreurs commises dans le passé et s'efforcer de ne pas les reproduire. Au contraire de nos amis cuisiniers, le monde du service de la salle souffre d'un manque cruel de littérature, déficit qui donne trop de champ aux auteurs puisqu'il n'y a pas suffisamment de recul, de comparaison, de réflexion, et des positions prises qui sont souvent trop personnelles.

C'est ainsi que nous avons vu, à partir de 1975, la mode des flambages et des découpages effacer de manière importante les notions indispensables liées à l'accueil du client qui étaient pourtant présentes dans les livres

du début du siècle dernier, ou de la même façon, à la fin des années 80, la mode de l'apprentissage des fromages à appellation effacer les notions nécessaires liées aux émotions et aux anecdotes liées au patrimoine gastronomique français.

C'est vrai, le service c'est du théâtre. Mais on pourrait facilement associer le service à d'autres valeurs tout aussi importantes et qui pourraient être oubliées. En voici trois, parmi un ensemble qui ne doit pas être divisé.

Le service c'est de l'efficacité (et de la vente), beaucoup de professionnels nous reprochent le manque d'organisation de nos élèves sur un rang complet, en particulier en ces temps difficiles pour la rentabilité d'un établissement. Le service c'est de la gentillesse ; nous avons beaucoup à apprendre de l'accueil réservé par des non professionnels de l'hôtellerie, comme des propriétaires de chambres et tables d'hôtes.

Le service c'est de la sincérité, il n'y a rien de pire qu'un mauvais acteur dans une action de service. Attention justement à ne pas sur-jouer ou mal jouer une pièce de théâtre. C'est en respectant la personnalité de chacun de nos serveurs et élèves, en leur permettant d'être eux-mêmes que nous réussirons au mieux la satisfaction de notre clientèle.

Essayons donc de construire un puzzle correspondant à ce que doit être le service dans les années à venir, mais en choisissant bien les ensembles de pièces, en leur donnant l'importance qui correspond et en n'en oubliant aucune..

■ **Gil Galasso**, professeur au Lycée hôtelier Biarritz Atlantique, MOF, Champion du monde des maîtres d'hôtels 2009, intervenant auprès de la "Mission Marcon"



## De Molière à Vatel, de la scène à la salle

L'histoire commune commence à la Cour des Rois. A cette époque, ont été définies les premières règles de mise en scène pour le théâtre ainsi que les premières recettes et techniques de service pour les métiers de bouche. On ne parlait pas encore de courant artistique ou de création culinaire, mais il fallait bien distraire et nourrir une aristocratie de plus en plus exigeante.



© Erica Guiliane-Nachez - Fotolia.com

Les similitudes sont nombreuses et les parallèles évidents, entre les métiers du théâtre et les métiers de service dans l'hôtellerie-restauration, d'ailleurs dans les deux disciplines, nous parlons d'un art : « les arts de la scène » et « les arts de la table ». C'est à travers ses Hommes, acteurs de leur discipline, que la France brille aux quatre coins de la planète, l'Unesco ne s'y est pas trompé en classant dernièrement le repas gastronomique français au patrimoine mondial de l'Humanité et que dire de nos Molière, Corneille, Racine...

Oui, ces deux vocations font appel au sens artistique de l'Homme, et ce, qu'il soit chef de cuisine, metteur en scène, maître d'hôtel ou bien interprète et acteur...Oui, ces deux activités partagent le même vocabulaire: acte et acteur, chorégraphie, costume, coulisse, comédie et divertissement, critique, décor, dialogue et vocabulaire, école, élocution, entracte, fable, féerie, gestuelle, happening, illusion, jeu de rôle, lecture, maquillage, mise en scène, musique, narration, non-dit, occurrence, prologue, public, quiproquo, réception, répétition,

réplique, rhétorique, rituel, scénographie et espace scénique, séquence, spectacle, sublime, suspense, théâtralité, texte, tirade, tranche de vie...Oui, ces deux disciplines s'adressent aux mêmes ressentis : le plaisir des 5 sens, l'invitation au voyage, l'imaginaire et l'enchantement, l'improvisation, les interprétations sans cesse renouvelées, la créativité, le succès. Elles procurent une liberté d'expression riche d'ingéniosités, d'inventions et d'innovations et elles nourrissent des émotions visuelles et /ou gustatives, et ce, face à l'interaction et au jugement du spectateur Client.

De nos jours, ces deux professions se démocratisent et se modernisent, grâce au talent et au génie de ses professionnels acteurs, mais les similitudes restent les mêmes, que dire du théâtre de rue ou du snacking de trottoir...Alors un conseil : tous en scène.

■ Marie Chevalier, Etudiante  
Et Denis Courtiade



L'assurance de la réussite par  
la formation et le conseil

- Des intervenants issus de la profession
- Une méthodologie et un savoir faire reconnus par le label qualité OPQF
- Des locaux adaptés pour des formations plus opérationnelles :
  - Une chambre d'application
  - Une cuisine professionnelle
  - Une salle de restaurant pédagogique



**Asforest**

4 rue de Gramont - 75002 Paris  
tel. 01.42.96.09.27  
asforest@asforest.com  
[www.asforest.com](http://www.asforest.com)  
[www.permisdexploitation.com](http://www.permisdexploitation.com)

SYNHORCAT

Hôtels • Cafés • Restaurants • Traiteurs

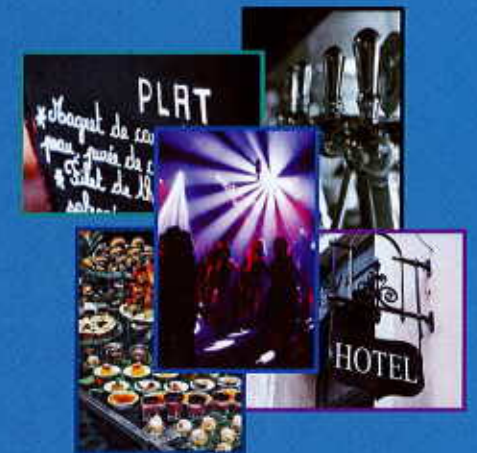
Cuisine

Hygiène/HACCP

Droit du travail

Permis d'exploitation

Qualité de service



Création d'entreprise

Management

Rentabilité /gestion

CQP VAE

RH



## Contribution et expertise métier

*Pour nous faire vivre leurs expériences de l'intérieur, de nombreux contributeurs ont apporté leur témoignage relatant des tranches de vie peu ordinaires. Sommeliers, maîtres d'hôtels, apprentis... Certains d'entre eux ont même cumulé différentes fonctions en endossant tour à tour le costume de cuisinier, sommelier, directeur de restaurant. Tous ont une vision personnelle mais juste de leur métier exercé avec passion. A la lumière de ces témoignages, le lecteur se fauflera dans les coulisses des métiers de la salle...*

### Etymologie Vous avez dit loufiat ?

Esnault-Larousse-, sans doute un des meilleurs dicos d'argot, donne un article assez riche pour Loufiat : n. m. garçon de café, de restaurant (pop 1891) Etymologie assez obscure. On a loufé, goinfré, avec loufe-tout, goinfre et étourdi affairé (rouchi 1834). Loufiat est connu en 1866 comme variante de lofiat, goujat, valet ; en 1890 comme patronyme ou comme sobriquet d'un garçon de café malfaiteur (v. 1868-1875)... Il se dit aussi que Loufiat est le nom d'un assassin ayant appartenu à cette corporation. Ce serait la raison pour laquelle on désigne ainsi les membres de l'association. A l'époque de ce fait divers, de nombreuses campagnes contre les méfaits de l'alcool considéré comme un poison firent assimiler, par association d'idée, le garçon de café qui le servait, à un pourvoyeur de la mort donc à un assassin. Le nom qui a perdu son sens péjoratif est resté. Une autre hypothèse parle de la substantivation du patronyme (ou d'un sobriquet) d'un garçon de café, auteur d'un meurtre célèbre (Loufiat?), mais elle n'a jamais été vérifiée, et paraît, comme loche ou mariole, relever des reconstitutions étymologiques...

« Le collaborateur doit aimer son entreprise pour la faire aimer. »

Denis Courtiade

■ Denis Courtiade,

### Passion pour l'excellence

Cette passion m'est venue à la suite d'un stage en classe de 4<sup>ème</sup>, au restaurant l'Arlequin à Arradon dans le Morbihan. Ce stage a été une révélation, à la fois une expérience humaine et professionnelle. Il m'a donné une perspective d'avenir. Les dirigeants de ce restaurant Monsieur et Madame Caradec ont su trouver les mots justes me concernant. Tous leurs conseils et leurs remarques avaient tellement de sens, c'était bien la première fois que l'on commentait positivement mon travail, et que l'on m'encourageait, même et surtout, dans les moments difficiles. Je ne savais pas que l'on pouvait prendre du plaisir à travailler, on ne me l'avait pas enseigné. C'était le début de cette passion de l'excellence, cette passion qui me porte depuis, et qui me permet de franchir les étapes les unes après les autres. En 2010 à Talence, je suis devenu - un des Meilleurs Apprentis de France « Arts de la Tables et du Service » - et depuis j'ai été recruté par Monsieur Denis, Directeur du restaurant \*\*\* « Alain Ducasse au Plaza Athénée ». Monsieur Denis a pour ambition de

nous faire participer à l'avenir de notre profession à travers des thèmes sur lesquels il nous demande de réfléchir comme par exemple le « service de demain ». Il base son management sur les rapports humains et une de ses devises est d'ailleurs : « *l'enchantement du client passe avant tout par l'enchantement du collaborateur* ». Je suis donc challengé en permanence. On me demande d'affûter mon « œil de lynx » et mon sens de l'observation, de développer mes capacités d'analyse, d'apprendre à être tolérant et logique, tout en apportant une certaine créativité...ici, rien n'est figé !!! le but étant que chaque collaborateur puisse offrir à notre clientèle le meilleur de lui-même. Les champs du possible sont immenses et j'aime cela ! Mes maîtres d'hôtel et tuteurs, Joseph et Damien, sont là pour m'accompagner dans ma formation terrain. Ils m'apprennent ce qu'est l'hospitalité à la française, le contact et l'écoute du client, et comment être et se rendre disponible. Le client nous donne certains éléments, mais c'est à nous de lui composer une mélodie sur mesure qui mette en valeur tous les talents d'une entreprise comme la nôtre. Un service proche du client mais pas trop, un contact sincère et chaleureux, une relation interactive saine et désintéressée où l'humour fin et léger facilite une certaine communication d'une équipe soudée partageant une même passion. Voici quelques ingrédients qui font qu'une certaine magie de service amène à l'émerveillement des cinq sens. Notre clientèle de demain est ouverte sur le monde, il est de notre devoir de nous y préparer dès maintenant en améliorant notre qualité d'accueil et en l'adaptant aux nouvelles cultures des pays émergents annoncés -Brésil-Russie-Inde-Chine-. Je pense que nous avons tous un devoir de reconnaissance vis-à-vis des personnes qui nous transmettent leur savoir...MERCI à tous ceux qui ont fait et font ce que je suis.

■ Charles-Henri Moëc,

Apprenti Maître d'hôtel au restaurant du  
Domaine de Rochevilaine, Billiers

### Moment de vie

Cuisinier, sommelier, directeur de restaurant. Voici mon parcours atypique. Très tôt je m'imaginai faire un métier de service. Après une formation en cuisine, et un parcours parsemé d'étapes, me voilà en 2004, chef sommelier

à l'hôtel de Crillon. C'est une vraie expérience de vie que d'officier dans le monde des Palaces, du luxe, où les plaisirs bachiques sont hors normes comme la rareté des flacons, où les rencontres et les échanges, avec une clientèle de connaisseurs, m'ont souvent apporté beaucoup d'émotion. Ces années passées au Crillon, m'ont permis de comprendre la notion de service haute couture, au millimètre près. Je suis convaincu maintenant qu'une expérience dans le luxe permet de bonifier une carrière dans des métiers comme les nôtres, des métiers au service de nos clients. Ma notion du service était liée au service du vin dans les restaurants pour lesquels j'ai travaillé (l'Arpège, les Ambassadeurs). A ce jour, depuis l'ouverture du Mandarin Oriental Paris et de son restaurant gastronomique le -Sur Mesure- dirigé par le Chef Thierry Marx, ma vision du service a évolué. Pourquoi ?

Et bien parce que, dans ce restaurant, je suis à la fois le directeur de salle et le chef sommelier. Philippe Leboeuf, directeur général, et Thierry Marx m'ont proposé ce poste à deux visages, qui pour eux sont complémentaires, afin de gagner en expertise. Qu'est ce que le service de nos jours ? Je voudrais tout d'abord dire que ce dernier a bien évolué. Auparavant, la brigade était au « garde à vous », il y régnait un ordre militaire : les visages sérieux, la gestuelle précise et incisive étaient de mise. Cela représentait l'excellence, la discipline et provoquait l'admiration des clients.

De nos jours, l'accueil est plus personnalisé, plus chaleureux. Les chefs de rang et les maîtres d'hôtel communiquent mieux entre eux, ils parlent d'être humain à être humain et non de fonction à fonction. De ce fait, l'approche client est plus conviviale, les recommandations et les conseils se font avec rire et sourire, dans une certaine complicité ; tout en respectant les limites déontologiques de la relation client/professionnel. Mes connaissances de sommelier, ma formation de cuisinier, et mon observation des professionnels de la salle, m'ont permis de développer mes compétences professionnelles et d'acquiescer mon propre style (un style particulier). Avant de se rendre à une table, on en observe son environnement, on déduit que le client a besoin de nous, de nos conseils, que c'est le bon moment. D'ailleurs c'est souvent le client lui-même qui en fait la demande, sans même ouvrir la bouche, ni parler ; un regard, un mouvement de tête, la position des mains, une carte qui se referme...un micro détail et c'est le signal.

L'approche doit être douce, la technique au service de la connaissance, je répète régulièrement que la prise de commande c'est 99% de psychologie, et le 1% qui reste est pour la technique. Nos métiers de salle nous nourrissent de rencontres, de plaisirs incroyables, de challenges à surmonter, mais aussi...de quelques déceptions. Tout n'est pas toujours simple dans ce monde brillant et épatant de la haute gastronomie. Mais les purs moments de bonheur et d'échanges doivent



effacer toutes les autres difficultés. Ne retenons que la magie. Un jour au Crillon, un client qui avait loué la suite Bernstein, avec terrasse donnant sur la Place de la Concorde, décide de commander une bouteille de vin sur la carte de notre restaurant gastronomique. Je monte donc dans cette fameuse suite pour prendre sa commande, un Château Latour 1989. Après un passage à la cave et assisté d'un jeune stagiaire japonais, nous sommes remontés dans la Suite. Le client était assis avec son épouse sur sa terrasse, et contemplant les derniers rayons de soleil sur Paris. Il nous fallait décanter ce superbe flacon. Moment inoubliable ! Décantation et service d'un vin d'exception dans un lieu d'exception avec vue sur la tour Eiffel, l'Assemblée Nationale...Imaginez les souvenirs de ce jeune sommelier japonais, de l'expérience qu'il a vécu, de ce moment de vie presque intemporel... ces moments qui nous confortent dans le fait que nous ne faisons pas un métier, mais bien plus...

■ David Biraud,

Chef sommelier et directeur du Restaurant  
« Sur Mesure » de Thierry Marx  
(Mandarin Oriental Paris)

### Un vrai choix

J'ai fait le choix d'une carrière dans la restauration et en particulier dans les métiers de service, pour pouvoir créer et partager des moments d'exception avec les clients, faire plaisir, faire découvrir et échanger. Pour faire carrière dans ce métier, il me semble indispensable d'être passionné, d'aimer la gastronomie, les produits, le vin... Il est aussi important d'aller plus loin en essayant de découvrir les personnes qui les créent et celles qui les mettent en valeur, pour pouvoir ensuite partager nos expériences avec nos clients mais également avec nos collègues. Le service « de demain » doit se construire sur l'expérience acquise au fil du temps avec les grands chefs, les maîtres de cérémonie, en perpétuant un savoir-faire et des techniques qui permettent de valoriser notre métier. Il faut s'employer à créer un accueil et un service élégants, personnalisés, sans ostentation, non standardisés, pour





© auremar - Fotolia.com

permettre au client de passer un moment « unique » et pour mettre en avant un esprit de convivialité, inhérent à la gastronomie.

■ **Olivier Alglave,**  
Assistant Maître d'Hôtel  
au restaurant le Meurice

### 20 années : to be continued...

Depuis tout petit, j'étais dans les culottes de mon Père qui était charcutier/traiteur dans le Poitou-Charentes. Il m'a transmis la passion de son métier, le contact avec la clientèle et l'envie de faire plaisir aux clients. Tout cela m'a naturellement orienté dans une école d'Hôtellerie/Restauration à l'âge de 15 ans, pour la quitter deux ans plus tard avec les diplômes de CAP et BEP. Sous l'impulsion de mon Professeur d'école hôtelière, je rentre dans un restaurant trois macarons Michelin à l'âge de 17 ans à Paris : la marche me paraît énorme, mais cette expérience sera pour moi une révélation.

D'expériences, de volonté, de sueur, de motivation, de moments de doute en moments de joie, j'occupe à l'âge de 30 ans le poste de directeur de salle d'un restaurant deux macarons Michelin. En 13 années et après avoir travaillé dans 9 établissements différents, cumulant 22 macarons Michelin au total, j'obtiens, avec la collaboration de mon Chef, la consécration tant espérée : 3 étoiles au Guide Michelin.

Tout cela a pu se réaliser car depuis ma première expérience, je m'étais fixé l'objectif d'être Directeur de salle d'une maison prestigieuse à 30 ans. Après avoir acquis toute l'expérience du terrain, formé des collaborateurs, créé une approche client, j'ai décidé de m'orienter sur un poste du département de la restauration (F&B). Il était temps pour moi de continuer ma formation afin de maîtriser toute la gestion financière de différents types de restauration d'un Palace.

Cela fait aujourd'hui deux ans que j'occupe le poste de directeur adjoint de la restauration. La passion, la détermination, la motivation et le désir de transmettre mon savoir sont les principales valeurs qui m'animent. Aujourd'hui à bientôt 37 ans, je continue à me fixer des objectifs afin de toujours prendre du plaisir dans mon métier. Il n'y a pas qu'un seul style, ni qu'une seule histoire, aussi je vous invite tous à écrire la vôtre et à ne pas oublier de la transmettre. Aujourd'hui, le travail en cuisine est mis plus en valeur que les savoirs faire de la salle, il est de notre devoir et de notre responsabilité de rééquilibrer cette tendance. Même si le métier de maître d'hôtel a beaucoup évolué, nous sommes toujours l'élite de ce métier et devons transmettre ce que nos aïeux nous ont donné en modernisant notre approche client. Pour moi, le service de demain doit être basé sur la valorisation de notre métier, et il devient urgent et essentiel que les professionnels se rapprochent de l'Education Nationale

« Si on nous a doté de deux oreilles et de deux yeux, mais d'une seule bouche, c'est afin de mieux entendre et de mieux voir... avant de parler »

■ **Michel Lang**  
Directeur de salle au Louis XV  
(Monaco)

et vice versa. Dans le cursus scolaire, peu d'écoles proposent des sorties pour initier les enfants aux goûts, aux produits de nos terroirs, elles devraient être obligatoires. Il faudrait donner les moyens aux Professeurs d'évaluer les élèves en fonction de leurs préférences. En effet, certains sont faits pour la collectivité, d'autres pour la brasserie et/ou bistrot et d'autres pour les restaurants gastronomiques. Je pense que la revalorisation de notre métier doit commencer à partir de la formation, donc de l'école pour ensuite s'étendre jusque dans nos restaurants et hôtels, en rapprochant les Professeurs et les Professionnels.

■ **Wilfried Morandini,**  
Directeur d'exploitation à l'institution  
bordelaise Dubern

### Tombée dans la marmite

Comment est-il possible d'envisager une carrière professionnelle quand on est fille ou fils d'hôteliers-restaurateurs ? Le quotidien d'une vie de famille en restauration est rythmé par la fréquence et l'intensité des services au restaurant. La plupart des discussions, d'avant et d'après service, tournent autour des clients. Comme l'explique Déborah, qui a, dès ses premiers pas professionnels, tenté une -sortie- : « Je ne voulais pas me voir imposer ce métier, alors je me suis donc lancée dans un cursus d'études en chimie ».

Comme nous le savons tous, notre profession est comme une épée de Damoclès au dessus de notre tête, on a beau essayer de lui tourner le dos, la réalité est toute autre : « J'ai réalisé très vite que jamais, je ne m'épanouirai dans un laboratoire et que mon vrai plaisir était l'échange et le partage avec les clients, ceux que j'avais commencé à côtoyer dans le restaurant de mes parents à l'hôtel du Sauvage à la Ferté-Gaucher en Seine-et-Marne, lors de mes premiers services ! Depuis, j'ai compris que ce n'était pas un métier qui s'offrait à moi, mais une vocation, et qu'il m'était impossible de lutter contre mon A.D.N. familial issu de mes sept précédentes générations d'hôteliers. »

Déborah s'est alors inscrite en classe de « mise-à-niveau » au Lycée Jean Drouant, Paris 17<sup>ème</sup>, elle y a passé et obtenu son B.T.S. « Option Art Culinaire, de la Table et du Service », en réalisant des stages dans de belles maisons parisiennes telles que l'Arpège et le Ritz. Aujourd'hui, Déborah est en licence professionnelle en « Management en Hôtellerie et Restauration de Luxe » au Lycée Albert de Mun Paris 7<sup>ème</sup> ainsi qu'à l'Université de Nanterre et ce, jumelé d'un apprentissage au restaurant « Alain Ducasse au Plaza Athénée. ».

Déborah partage avec nous sa vision sur l'évolution de nos métiers de service : « D'après moi, le service de demain repose sur nos facultés d'anticipation et d'adaptation pour

nos nouvelles clientèles... Nous devons nous inspirer du passé pour vivre le présent afin d'écrire le futur... Tout va très vite, certainement trop vite, nos clients changent, zappent, leurs habitudes et leurs attentes ne sont plus les mêmes. La détérioration du repas familial, le raccourcissement du temps de repas, la fréquentation toujours plus élevée des fast-foods sont des éléments de changements. Le client a des exigences de qualité, mais parfois au restaurant, il ne cherche qu'à se nourrir et d'autres fois, il souhaite vivre et partager un moment d'exception ! Notre devoir, est donc de le comprendre afin de mieux le surprendre en allant au-delà de ses attentes ! Dans bien des cas, je suis triste de constater que nos métiers de service ne sont pas, ou plus perçus à leur juste valeur aidés en cela par l'attitude de certains clients qui confondent serveur et

serveur, ainsi que certains maîtres d'hôtel qui ne tiennent pas leur rang et qui se prennent pour des clients...

Notre métier n'est pas une voie de garage pour ceux qui n'ont pas réussi au Collège, ce n'est pas non plus qu'un job d'été pour étudiants. Nous exerçons un vrai métier ! Encadrés par des Professeurs passionnés et par des Professionnels reconnus ma génération est ambitieuse et motivée, elle participera à l'amélioration de la qualité du service " à la française " ».

■ **Deborah Teinturier,** Apprentie maître d'hôtel  
et gagnante des Olympiades des Métiers  
dans la catégorie « Service de restaurant »  
(Actuellement au Benoit NY)

## Focus sur le sommelier

### Le don de soi

Sommelier, métier à multiples facettes qui impose l'humilité.

Tout d'abord, rendons hommage à tous ces gens qui de loin ou de prêt vivent leur passion en travaillant à l'élaboration de cette boisson qui est le vin, et dont l'unique but est de nous procurer ces plaisirs multiples de nos sens primaires et surtout de notre imaginaire. Toucher un vin, l'approcher. Le parcours est long, le décryptage en est difficile. Ce métier que l'on a choisi permet de faire naître des émotions. Souvent le fruit d'une région, d'une famille, d'un homme et d'une femme, la naissance d'un vin, sa mise au monde, comme ils disent, est presque viscéral. Ils n'hésitent d'ailleurs pas à l'appeler « notre vin, c'est notre enfant. » Je me souviens d'un récent voyage dans la Côte-Rôtie où j'ai observé ce vignoble si escarpé presque à pic, dangereux pour certaines parcelles.

J'ai compris après avoir passé une matinée entière avec le Vigneron de cette appellation, que si j'étais capable de transmettre la passion de cet homme, j'aurais le droit à mon tour de raconter son histoire, lui servir d'ambassadeur en quelque sorte. Souvent j'y pense, lorsque nous, sommeliers, sommes en service dans nos maisons respectives, l'immense honneur que nous avons de rendre hommage à ces gens du vin. Nous aimerions tant, qu'ils soient présents à nos côtés dans nos salles de restaurant à partager avec nous et nos clients ces moments de vie.

L'avenir de notre profession dépendra beaucoup de nos consommateurs-acheteurs. Le vigneron qui avait pour habitude de faire un vin pour lui, un vin qui lui ressemble doit de nos jours être à l'écoute des tendances. Les goûts changent, les envies aussi, les nouveaux consommateurs



© Igor Klimov - Fotolia.com

aiment les plaisirs du moment. Le vigneron doit pouvoir y répondre pour ne pas s'isoler, sans pour autant y perdre son âme. Il me semble que le devoir du sommelier prend tout son sens quand il conseille, quand il est l'interface entre le client acheteur et le vigneron producteur. De ce fait, le sommelier à un rôle de protecteur et de sauvegarde des savoirs faire de nos régions et de nos vigneron...

■ **Laurent Roucayrol,**  
Chef sommelier au Plaza Athénée  
(restaurant Alain Ducasse)





## Focus sur le maître d'hôtel

### Entrée de service

J'ai construit ma carrière professionnelle « pierre, après pierre », car sans fondation solide, il n'y a pas de réalisation durable. J'ai appris le respect de l'autre et la difficulté de chaque métier de l'hôtellerie : du groom au jardinier, du valet de chambre au vaisselier. J'ai eu la chance de toujours aimer ce que je faisais même si bien des fois, les tâches étaient ingrates, surtout à seize ans, quand on est apprenti, et que l'on vous enseigne qu'il faut essorer une serpillière dans le sens du fil pour un meilleur résultat. La magie est toujours la même, depuis plus d'une quinzaine d'années, dès lors que je pénètre dans le Salon « Louis XV » pour y vanter les produits de notre cuisine, de nos terroirs - pour y retrouver mon équipe, afin d'exercer mon métier avec amour et passion et de transmettre mon savoir. Que de bonheur nous avons, de voir et de suivre, un de nos jeunes, issu de notre formation, réussir sa propre carrière ici ou ailleurs. La qualité constante du service au « Louis XV » à Monaco réside dans les compétences de chacun, mais aussi et surtout dans l'entente et la complicité qu'il existe entre nous tous.

Voir ce que personne n'a vu. Ne pas avoir peur de retrousser ses manches, être sans relâche à l'écoute, anticiper, innover, gérer, respecter, et avant tout, arriver sur son lieu de travail avec plaisir, pour qu'avec le sourire d'une belle journée passée nous puissions en repartir. Si comme le dit Monsieur Ducasse « *le rôle du cuisinier commence là où s'arrête le travail de l'Artisan, l'œuvre de la nature. Il consiste à rendre très bon ce qui déjà est très beau* ».

Notre rôle à nous, nous qui prolongeons « le geste » du Cuisinier, est de sublimer ce qui dès lors, est devenu très bon. Mon privilège aujourd'hui est de m'asseoir sur les marches en marbre des jardins du casino de Monte-Carlo et de contempler l'Hôtel de Paris dans son écrin méditerranéen. Que de chemin parcouru sans jamais oublier d'où je venais pour m'aider à savoir où j'allais.

■ **Michel Lang,**  
Directeur de salle au Louis XV (Monaco)

### Témoignage dans l'air du temps

Ces quelques heures au passé de votre cuisine furent une expérience de terrain dont je me souviendrai avec éblouissement. Quel privilège d'observer une brigade qui respire, sue, se fatigue et repart de plus belle à la voix du Chef de cuisine. Bien sûr, beaucoup de détails m'ont échappé mais aujourd'hui grâce à vous, Chef Saintagne, je peux mettre un rythme, des sons, une rigueur derrière la notion de brigade. Je retiendrai aussi la réactivité, l'adaptabilité face aux demandes spéciales, les quelques traits d'humour et les moments de rappel à l'ordre. Bref, quelle tranche de vie condensée... Je n'ai pas vécu le passé comme la matérialisation d'une frontière entre la

cuisine et la salle, bien que physiquement il le soit. Le passé incarne le lieu où s'échangent les promesses du couple infernal.

■ **Caroline Lededente,**  
Observatrice gastronome passionnée

### La chance

Elle vient au moment où on ne l'attend pas... Ou plus. La comprendre, la saisir et s'en servir dans notre vie de tous les jours. Quand je fais le bilan sur mon parcours professionnel passé, je me dis que j'ai aimé le travail que j'ai fait, que j'ai parfaitement assumé ce choix de vie, que j'ai eu beaucoup de chance d'accomplir un métier que j'avais choisi. Au jour d'aujourd'hui, il me reste le goût de l'amour du travail bien fait, le plaisir d'avoir essayé de faire partager ma passion, mes connaissances et mon expérience. Merci, Denis, mon « loyal disciple », de m'avoir sollicité et merci de la joie que tu me procures à travers ta réussite professionnelle.

■ **Alain Francoz, Directeur du restaurant**  
L'Auberge des Templiers (Loiret), retraité

### Au service de mes élèves

Tout au long de mon « parcours de vie », je me suis posé la question de déterminer ce qui avait motivé mon choix pour les métiers de la restauration. La réponse est... complexe. Elle traduit une attirance et une passion pour un métier qui m'a toujours fait rêver mais dont rien ne me prédestinait à y faire carrière. Fils d'un Père vietnamien ingénieur et d'une Mère française institutrice, mes seuls « repères » étaient ceux d'un mélange de deux cultures culinaires traditionnelles. Originaire de la région parisienne, après un parcours « classique » en filière économique, j'ai à l'âge de 20 ans, décidé de partir découvrir une autre région, une autre vie, un autre métier. Je fus comme le dit Régis Marcon, un « décrocheur ».

J'ai fait mes premiers pas dans la profession comme commis débarrasseur, et j'ai ensuite gravi les échelons : commis de suite puis chef de rang au Grand Hôtel des Trois Epis en Alsace (4\* Luxe). Inscrit en candidat libre au lycée hôtelier, j'obtins en un an le fameux CAP d'employé de restaurant. La période de formation se déroula « sur le terrain », dans une brigade à l'ancienne, sous la tutelle d'un grand Maître d'hôtel Monsieur Boissy.

Ni concession ni passe-droit, l'apprentissage fut sévère et impitoyable mais très formateur. A l'époque pas question de parler aux clients sans maîtriser les recettes, les modes de cuissons, les techniques de flambages et de découpages. Mais quel plaisir d'entendre le Maître d'hôtel proposer les merveilleuses coquilles Saint-Jacques Hohlandsbourg spécialement cuisinées pour une habituée. L'ouverture du restaurant est similaire à une mise en scène avec son lot d'incertitudes et d'émotions.

Chacun se souvient des moments les plus intenses du métier et en parle avec nostalgie. Les services en gants blancs, le Château Latour 1947 ouvert avec la plus grande délicatesse, sont autant d'expériences qui subliment le travail des personnels de salle. Grâce à tous ces moments magiques une vocation était née. Le service militaire fut la première coupure avec le métier. A son issue, je décidai d'alterner les saisons dans divers restaurants et je repris les études aux Conservatoire des Arts et Métiers, dans l'optique de prendre la gérance d'un restaurant. Mon Diplôme de Premier Cycle d'Economie en poche, j'ai eu l'opportunité de faire mes premières armes comme Maître auxiliaire au lycée hôtelier Belliard à Paris.

Guidé par une Inspectrice hors pair, Madame Ludwiczak, je réussis avec succès les concours de l'Education Nationale. Je découvris alors une nouvelle façon de valoriser nos métiers. Mes premiers élèves venus en grande partie des ZEP (Zone d'Education Prioritaire), étaient passionnés et animés d'une volonté de réussir dans un monde très souvent inconnu, celui des grandes brasseries parisiennes et des palaces. Depuis, j'ai eu la chance d'enseigner dans toutes les formations CAP, SES (Section d'Education Spécialisée) BEP, DIJEN (Dispositif d'Insertion des Jeunes de l'Education Nationale) Bac et Brevet Professionnels, Bac Technologique et B.T.S.

A chacun des élèves et étudiants rencontrés je m'efforce de transmettre ce que j'ai appris à mes débuts, la passion du métier comme élément de motivation pour acquérir professionnalisme, rigueur et technicité. Les liens avec la profession et les mises en situation « réelle » sont indissociables et nécessaires à un enseignement de qualité ; que ce soit dans le cadre d'un dîner caritatif en présence d'un grand chef, l'organisation de séances de dégustation lors de salon culinaire, ou dans le cadre d'actions plus axées sur la découverte des terroirs comme les vendanges, la visite de fromagerie... La connaissance de notre patrimoine gastronomique et viticole reste pour moi un facteur d'intégration, au même titre que les savoir-être appris en situation de restaurant.

Avec le recul, je me dis que même si certains de mes élèves ont quitté le métier, grâce aux expériences professionnelles et aux formations hôtelières, tous auront bénéficié d'une ouverture vers le monde du travail qui les faisait rêver. Travailler au service des autres, dans les plus beaux hôtels et restaurants reste pour beaucoup d'élèves parfois issus de la diversité, une manière de s'initier aux traditions françaises, d'approcher le luxe et l'excellence. Aujourd'hui, je m'attache à transmettre mes expériences passées, à associer tradition et modernité tout en préservant un certain savoir faire : sans la maîtrise des bases du métier, pas d'innovation possible... Nous restons les garants d'un art de vivre désormais inscrit au patrimoine mondial. Cette même mondialisation nous enrichit de nouveaux produits et nous incite à faire évoluer les techniques de service et d'accueil afin de nous

adapter à l'évolution des besoins des Clients. Elle offre par ailleurs, une ouverture à tous nos jeunes, qui après avoir acquis une expérience en France peuvent exporter notre savoir faire. Ma culture m'a certainement incité à me mettre au service des autres. Ma voie a légèrement bifurqué ; du souhait d'être majordome, je suis passé au service des élèves...

■ **Christophe Pham-Van,**  
Enseignant au lycée Storck (Guebwiller)

### Appelez-moi le maître d'hôtel !

On doit au tournant culinaire des années 1970 un changement de première importance dans la perception - on devrait pouvoir écrire dans la jouissance - que la clientèle de grands restaurants éprouve à se mettre à table. Il n'est pas question ici de la configuration de l'assiette, ni de son contenu et pas plus des règles culinaires novatrices qui se sont imposées dans les cuisines. Sans conteste, la présence plus affirmée du cuisinier a contribué à effacer un peu les arbitrages que l'on consentait auparavant au Monsieur Loyal de la salle. On ne peut pas regretter que les chefs polarisent l'attention sur leurs talents de composition gastronomique. Mais on peut tenter de souligner combien le maître d'hôtel est longtemps resté un médiateur essentiel entre le fourneau et la table par l'exercice de qualités difficiles à rassembler, une figure cardinale des repas au mitan des siècles contemporains.

A la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les codes du protocole et de la tenue au restaurant étant désormais bien établis, le maître d'hôtel est présenté sans fard au moral comme au physique, dans les Mémoires d'un garçon de salle. La recension des qualités exigées met en avant la prestance, la souplesse du regard qui veille à la tenue du service mais à part égale la compétence qui s'élabore dans une connaissance intime de ce qui peut intéresser le client. De la définition d'une recette à la composition du menu, de l'art d'orienter un choix, le maître d'hôtel doit être capable de tenir un registre qui tient de l'information commerciale sans se départir de l'élégance du contact humain. Ductilité face aux convives d'un jour et régularité de l'humeur sont autant d'aptitudes qui pouvaient classer le restaurant et maintenir une maison. Le texte vaut la citation, tant il campe le personnage.

« C'est un emploi fort délicat et des plus difficiles. Il ne faut pas comprendre, sous le nom de maître d'hôtel, le premier individu venu affublé d'un frac. Il faut remplir certaines conditions : d'abord il faut être un peu instruit, pas trop, cela serait nuisible ; il faut être digne sans être poseur, poli mais non obséquieux, aimable sans familiarité, froid sans être prétentieux. N'oublions pas qu'il est indispensable de connaître, au moins sommairement, les langues étrangères pour être à même de comprendre les étrangers. Au physique, il faut une taille d'une bonne moyenne, un visage







© Pierre Moneta

sympathique, un certain cachet et bien porter l'habit. Sans être bavard, il faut être à même de parler un peu toutes choses, il faut pouvoir expliquer à un client la confection d'un plat, en donner les éléments ; enfin, et c'est le plus difficile du métier, il faut comprendre comme il faut le personnel que l'on a sous ses ordres. Il faut commander sans que le patron puisse croire que vous voulez vous arroger ses droits, et cependant il faut conserver l'autorité sur les garçons, c'est une question de tact pour laquelle on ne peut pas fixer une règle »<sup>(1)</sup>.

Si au XIX<sup>e</sup> siècle encore la fonction a été tenue chez des particuliers par d'anciens officiers de bouche, pour découper les pièces rôties, veiller à l'harmonie des vins comme pour donner la serviette de table, c'est bien dans le cadre public du restaurant que la fonction s'est affirmée à l'époque contemporaine. Il suffit de relire l'extraordinaire Larousse gastronomique dans son édition de 1938 pour détourner la figure du maître d'hôtel. On le trouve certes à côté du buffet garni de comestibles à l'occasion d'une réception, dans le mouvement virevoltant d'une salle de bal, au lunch de mariage, pour proposer, renseigner et servir. On le retrouve héritier de l'écuier tranchant lorsque trancheur à son tour, il intervient pour trancher les pièces de viande et les volailles. L'habileté manuelle, la connaissance de l'anatomie et la force d'application du geste concourent ensemble à sa pratique dextre.

Des noms en ont tiré leur notoriété, le grand Frédéric Delair à la Tour d'Argent, le directeur du Fouquet's Louis Barraya, le président de la Société des Cuisiniers de Paris Léopold Mourier qui commença très modestement comme aide face aux casseroles et s'éleva jusqu'aux talents de l'hospitalité renommée. Les deux derniers ont illustré une autre acception du maître d'hôtel. Car si l'appellation distingua surtout celui qui dirige en chef l'ensemble du service, il put désigner en province en particulier le propriétaire d'un hôtel. Une somme de compétences démarqua dans tous les cas celui qui cumulait la distinction et la psychologie, le savoir technique de la cave et son contenu, le commentaire de la cuisine et la gestion de la salle. En fait, il devint comme souligne le Larousse gastronomique, « un homme connaissant à fond son art, car le service de la table est un art, comme celui de la cuisine »<sup>(2)</sup>. Le maître d'hôtel, au même titre que le sommelier devint à force du temps celui qui proposait, les desserts par exemple ou le vin ou encore le plat spécialement élaboré qui devait ravir une cliente indécise. Mais il devint aussi celui qui pouvait tout autant dénouer les situations malheureuses du scénario convivial, pallier l'insuffisance d'un cuisinier ou réparer les bourdes d'un service maladroit.

Siégeant au centre, il appartenait au maître d'hôtel des grandes tables d'anoblir les minutes ultimes de l'arrivée des plats. Bien que l'origine en soit assez difficile à déterminer, on ne peut manquer de s'interroger sur la raison qui associa la fonction au registre gastronomique. Le fameux « beurre maître d'hôtel » traduirait-il ce supplément de raffinement sous la forme d'un beurre composé, préparé en ajoutant du persil haché, du jus

(1) - Mémoires d'un garçon de salle : actualité visant la corpora-tion des garçons de salle et son affranchissement, par un ancien maître d'hôtel, Paris, Imprimerie typographique L.Maine, 1884.  
(2) - Larousse gastronomique, 1938, p.661.

de citron, du sel et du poivre à du beurre frais travaillé en pommade. Couronne fondante d'une viande ou d'un poisson grillé, il deviendrait en quelque sorte la traduction métaphorique d'une distinction additionnelle et visible dont on peut penser qu'elle fut un moment réalisée en salle.

Jean-Pierre Williot,  
Université François Rabelais, Tours, Directeur  
de LÉA - L'Équipe Alimentation EA 6294

### Pour le développement d'un savoir-être et d'une compétence multiculturelle de nos maîtres d'hôtel, au service de l'Accueil

Le maître d'hôtel est connu pour être un formidable chef d'orchestre en salle. Avant l'arrivée des clients, c'est à lui qu'incombera la supervision de la préparation de la salle, après avoir non seulement formé le personnel mais aussi en fonction de la taille de l'établissement, il devra gérer les approvisionnements, aménager la décoration de la salle etc.. Par ailleurs, véritable interface avec les cuisines, il saura présenter la carte, mettre en avant un plat, retransmettre le ressenti du client au chef, partager les éventuelles remarques dans un souci de perfectionnement.

Mais le maître d'hôtel c'est aussi et avant tout, celui qui accueille le client, qui comprend ses attentes. L'accueil devra être parfait car un établissement n'a pas deux fois l'occasion de faire bonne impression: un sourire franc, un langage et une gestuelle appropriée, une élégance qui, si elle n'est pas naturelle, sera acquise...

Aujourd'hui la clientèle de nos hôtels et restaurants évolue, s'internationalise, s'orientalise... Pour ne citer qu'un exemple ; avec 3 millions de nuitées en 2011, la clientèle asiatique est devenue, sur Paris, la 2<sup>ème</sup> clientèle après les États Unis (Chiffres OTCP).

Connaissances-nous ses codes, ses habitudes alimentaires, sa culture, ses attentes ? Sommes-nous en mesure d'entamer une petite conversation sur le pays ?

On me dit très souvent, « on ne sait pas ce qu'un Japonais pense », ou « il se plaint à posteriori ». Et si nous commençons par faire preuve d'un peu d'empathie en lui souhaitant la bienvenue dans sa langue (« Irasshaimase »), en évitant de lui proposer du lapin par exemple (qui est un animal de compagnie au Japon), en évoquant un élément de sa culture pour lequel nous porterions un intérêt particulier ? Nous le mettrions alors beaucoup plus en confiance, nous permettant ainsi d'entrer plus facilement dans ce que l'on appelle son « premier cercle », favorisant un échange plus direct.

Certes, en fréquentant nos établissements, cette clientèle

recherche une expérience « à la française » qu'il ne faut surtout pas renier. Mais ne pourrions nous pas justement inclure dans cet « accueil à la française » une dimension multiculturelle, une meilleure connaissance de l'Autre et de ses spécificités culturelles, pour, au final, une meilleure satisfaction et fidélisation du client ?

Un client « compris » est un client qui dépense plus et qui, de retour dans son pays, sera le meilleur ambassadeur

## Le bar, tout un art

Espace de vie, espace culturel, le bar est un lieu d'échanges et de partage où se vivent de belles histoires et quelques mélodrames. Dans ce lieu dédié à la convivialité, la fonction du barman va souvent au-delà de la simple exécution d'une boisson.

Il est souvent le conseiller, l'ami, le confident d'un client habitué ou de passage. Fort de son expertise professionnelle, il doit disposer de grandes facultés d'écoute et d'empathie.

### Souvenir, souvenir...

Je me rappelle encore mon premier jour de travail en octobre 1982. J'allais enfin en découdre dans ce monde si particulier de créateurs de cocktails. Dès les premiers échanges avec mes collègues, j'ai ressenti une espèce de fraternité sincère et professionnelle : je n'allais pas juste exécuter une fonction. Je venais de m'engager dans un univers atypique et très fermé. Découvrir toutes ces bouteilles, tous ces flacons à ma disposition : liqueurs et alcools, shaker et verre à mélange, fruits exotiques et branches de menthe fraîche, que de couleurs, que d'odeurs... J'ai tout de suite eu envie de me mettre au travail, de montrer à tout le monde, clients et collègues, ma passion et mon savoir-faire dans l'art de la réalisation d'un cocktail classique ou innovant.

### Rêve et réalité

Mais très vite, mon chef barman a calmé mes ardeurs en m'expliquant que la réalité était tout autre : « savoir préparer un -drinks- passe d'abord par le fait de savoir accueillir un client, l'installer, le conseiller, le servir et s'en occuper afin de lui faire passer un bon moment ». Aujourd'hui, 30 ans après, mes cocktails sont en cubes solides façon « jelly shut », en spray, en sushi, en 3D, ou bien à déguster comme une glace. Le soir un DJ a remplacé le pianiste et joue de l'électro-rock dans une ambiance clubbing pour une clientèle de plus en plus branchée.

Le comptoir du bar, bien que marquant une frontière, n'est plus un obstacle à la convivialité, bien au contraire. La proximité avec le barman permet au client de partager des moments rares d'intimité. Mon équipe et moi-même, œuvrons, sans cesse, pour moderniser l'univers du bar, mais sans jamais déroger à notre précepte de service :

de votre établissement.

Œuvrons pour le développement d'un savoir-être et d'une compétence multiculturelle de nos « Ambassadeurs de l'Accueil » que sont les maîtres d'hôtels (et leur équipe).

Anne Kiefer,  
Anne de Paris  
(organisme de formation agréé)



Anne Kiefer (Anne de Paris)



© Agphotographer - Fotolia.com

« anticiper les besoins de tous nos clients, afin de les surprendre et de les combler ».

Thierry Hernandez,  
Barman Et Mixologiste au Plaza Athénée



# Le client dans tous ses états

Dans cette rubrique, le lecteur découvrira pêle-mêle différentes perceptions du client. Vu par un MOF, examiné à la loupe du consultant, éclairé par la lumière d'un directeur de salle, le client fait l'objet de toutes les attentions. Comportement, évolution, exigences, le client est un véritable objet d'étude. Il n'en demeure pas moins que pour bon nombre de ceux qui l'accueillent, le servent et le conseillent, il inspire toujours un très grand respect...

## Citation

« Un client est le visiteur le plus important de nos locaux. Il ne dépend pas de nous. Nous sommes dépendants de lui. Il n'est pas une gêne dans notre travail. Il en est l'objectif. Il n'est pas étranger à nos affaires. Il en fait partie. Nous ne lui faisons pas une faveur en le servant. C'est lui qui nous fait cette faveur en nous en donnant l'occasion. »

**Mahatma Gandhi**  
Homme politique  
et philosophe

## Le client-roi

Ma philosophie : faire que le client se sente le Roi, satisfaire ses plaisirs avant qu'il nous en fasse la demande et surtout lui donner la possibilité de vivre de belles émotions gastronomiques. Respect, discrétion, personnalisation. Initiative et sourire sont des valeurs qui m'animent... Nous avons la chance d'avoir un métier où les rencontres improbables y sont très nombreuses... Partager des moments de vie, et de bonheur intimes avec des personnalités issues des mondes politique, culturel, sportif, artistique... ont donné beaucoup d'intérêts et de sens à mon quotidien professionnel. Une anecdote, des plus marquantes, me revient en tête lorsque Monsieur Henri Salvador m'a proposé de jouer et de chanter rien que pour moi afin de me remercier de notre qualité de service et d'hospitalité. Je lui ai demandé du bout des lèvres : « Syracuse », il a rigolé à la « Salvador »... on a tous



© Arap - Fotolia.com

rigolé à la « Salvador »... l'ambiance était à la fête... et... il a commencé à chanter... je vous promets, nous avions les larmes aux yeux, il avait autant de plaisir à nous offrir cette chanson que nous à l'écouter... quelle générosité ! Quel moment de grâce ! Quel Monsieur !

■ **Denis Ferault,**  
M.O.F 2007, Président de l'association  
« Equipe de France de la gastronomie  
et des Maîtres du service »

## La marche du temps

La clientèle change, les trajets étaient longs et les étapes indispensables. Dès l'arrivée de l'automobile, le changement des relais de poste en ce que l'on nomme désormais les hôtels de préfecture bien plus confortables, connaissent un avenir de luxe. Une nouvelle bourgeoisie est née. Et avec elle une nouvelle clientèle, plus exigeante aidée en ce sens par le fameux guide routier.

Ce dernier recommande les nouvelles maisons, hôtels et restaurants, les garages. Les voyageurs découvrent plus rapidement la cuisine des campagnes et celle des villes. Ils deviennent connaisseurs et aussi plus demandeurs d'attentions ; quelquefois aussi plus exigeants, de là à prendre le -garçon qui le sert- pour leur employé.

## Evolution

Enfin, ces dernières années, le service, à part les grands hôtels et les restaurants de renommée qui ont, eux, un encadrement et du personnel en nombre formé et qualifié, n'est plus perçu comme un travail valorisant. Les clients changent, leur mentalité change et le personnel suit. Mais au lieu d'évoluer, il régresse parce qu'il se sent exploité, on profite de lui et rien, ou pas grand-chose en retour ! La notion de temps n'existait pas dans les années 50 à 80 et on travaillait sans compter, maintenant, on regarde sa montre, et le planning ! Il s'agit dans ce cas de la majorité des garçons de restaurant, profession masculine jusqu'à ces dernières années et féminisée depuis.

© Minerva Studio - Fotolia.com



# Luxe et Emotions

« Les vraies valeurs du luxe sont de retour ». J'entends souvent cette phrase depuis quelques mois. Elle sonne comme une condamnation définitive et sans appel. Comme si le temps du bling-bling, de l'innovation à tout crin, du porno chic et autres modes éphémères était maintenant entièrement révolu. Qu'attendent donc de nous nos amis et clients ? Que viennent-ils chercher auprès de nous et pour quelles raisons ?

Dans mes interventions régulières auprès de marques et maisons de renom, en France et à l'étranger, je réalise souvent que l'excellence annoncée est bien au rendez-vous.

## L'exigence et l'excellence

L'extrême attention apportée, avec un dévouement quasi-monacal par les collaborateurs, permet en effet de présenter partout et selon les mêmes critères le résultat du travail de l'esprit et de celui de la main : du concepteur/



© Madjein - Fotolia.com

créateur à l'artisan, toute la chaîne humaine se mobilise pour que tout soit parfait. Taille et brillance des pierres précieuses, imaginaire sublime de la parure, conception de rouages horlogers taillés et polis même -et surtout- lorsqu'ils ne sont pas visibles de l'extérieur, qualité des composants, nouveaux matériaux plus performants, précision et durabilité... Rien ne manque à l'appel. Rien ne fait défaut lorsque dans les magasins et concessions feutrés de Paris, Londres, Genève, Shanghai ou Macao, les créations sont enfin présentées à d'éventuels acquéreurs. Les ambassadeurs et ambassadrices des maisons peuvent enfin et alors faire preuve à leur tour de l'étendue de leurs connaissances techniques, de leur compréhension des besoins et desirs les plus inattendus de leurs clients.

## Promesses déceptives

Et pourtant, il n'est pas rare que je rencontre des clients finaux insatisfaits du discours qui leur est tenu. Certains connaissent mieux que les équipes commerciales les détails techniques les plus intimes des rouages et facettes des créations. Ils et elles ont parfois visité les ateliers, vu les maîtres-artisans à l'œuvre, rencontré les équipes de création... Bien évidemment, ces mêmes clients et clientes n'accepteraient jamais la moindre approximation, le petit défaut invisible à l'œil non exercé, l'erreur de manipulation ou un environnement indigne de la qualité (et du prix) de leur acquisition éventuelle. Néanmoins, tout est là, et rien n'est là. Imaginez un restaurant où tout est parfait. Lumières, nappes, service de table, cristallerie,

tapis, décoration, ingrédients, vins et boissons, qualité des mets. Tout ce qui doit être parfait et bien fait est présenté et servi, à la discrétion des clients...

## Au centre : l'humain

Pourtant, tout est là et rien n'est là. J'insiste constamment et sans relâche auprès de mes amis et collègues du luxe horloger et joaillier : n'oublions pas que tout commence par l'humain et s'accomplit grâce et autour de l'humain. Nos clients dans le monde savent bien que l'excellence technique, la maîtrise du savoir-faire, la qualité et l'exigence de réalisation leur seront garanties par principe dans les créations qui leur seront présentées. Ils s'y attendent et ne peuvent être déçus. Ces mêmes clients savent aussi que tout sera fait pour tenter de les satisfaire. Et pourtant, leur attente va au-delà. Rien ne saura remplacer à leurs yeux l'expérience émotionnelle unique qui leur permettra de participer pleinement au plaisir du choix, à celui du partage et à l'enchantement créatif. C'est d'abord cette étincelle du bonheur que les clients du luxe recherchent. J'interviens de plus en plus souvent auprès de maisons dont la réussite est indéniable et l'insatisfaction perçue chez leurs clients grandissante.

## Axes correctifs

Mes conseils et témoignages sont simples :  
 > former les équipes individuellement selon les meilleures exigences de l'apprentissage : écoute, compréhension, gestuelle répétée, discrétion, bienveillance.  
 > transmettre individuellement les valeurs de l'entreprise : déontologie, partage, reconnaissance, sens du service et exigence de réussite, solidarité.  
 > libérer les énergies et le discours : laisser à chacun et chacune le choix de son vocabulaire et de ses approches. Chaque client est unique, chaque membre de l'équipe l'est aussi. Ma conviction est que les clients du luxe, au-delà de l'exigence et de la garantie de l'excellence technique, attendent de nous collectivement et individuellement que nous partagions nos émotions, nos histoires (les grandes et les petites), nos anecdotes et nos passions, nos desirs d'avenir et nos réussites du moment. En un mot comme en mille, ils acquièrent aussi une partie de notre quotient émotionnel. C'est avec cela et avec leurs propres sensations qu'ils accomplissent jusqu'à son terme le voyage enchanteur auquel nous les convions et avec lequel ils repartent.

C'est ce quotient émotionnel qui fait la différence entre le luxe dont le prix est juste cher et celui dont la valeur est riche à partager ! Tout ce qui compte est dans nos mains, nos cerveaux et nos cœurs... et non dans nos machines, même les plus sophistiquées.

■ **Albert Bensoussan** Fondateur de AB  
Consultants Paris

© Minerva Studio - Fotolia.com

« Le maître d'hôtel doit avoir une bienveillance naturelle à l'égard de ses clients. Son savoir-être est au service de son savoir-faire et non l'inverse. »

**Antoine Pétrus**

MOF 2011 Sommellerie, Directeur  
de Salle du restaurant Lasserre





## Le cœur, le corps et la tête

Mon métier consiste à faire décoller la prestation et à créer l'enchantement du client à travers la mise en dynamique de quatre points fondamentaux :

1. Consacrer les premières minutes de la relation à oublier totalement que l'on vend quoi que ce soit et s'attacher à créer un climat positif et une relation humaine de qualité.
2. Solliciter les sens du client et se comporter comme un guide sur le chemin des émotions gustatives, olfactives, visuelles, pour alimenter l'imaginaire.
3. Apprendre à décoder, anticiper et à se servir de son intuition pour dépasser les attentes.
4. Partager le savoir, seulement lorsque la « fenêtre de tir » est ouverte et le client disponible. L'objectif est qu'il reparte dans un état émotionnel différent que lorsqu'il est entré.

Enchanter le client, c'est réussir à ouvrir une parenthèse de liberté, de détente et de plaisir dans son quotidien. L'accueil est un moment de transition. C'est là que s'effectue le passage entre le monde que vous voulez faire oublier et l'univers que vous proposez. Ensuite, lorsqu'une assiette est au « passe » et qu'elle a été préparée avec soin, elle n'est pas loin de la perfection : les derniers mètres que saura réaliser avec talent le maître d'hôtel la feront accéder à une dimension supérieure. L'élégance de la gestuelle, les mots justes, le sens de l'à-propos, l'intelligence des situations vont engendrer une expérience unique pour le client.

Tous ces facteurs sont des éléments de communication qui ont vocation à créer une alchimie différente avec chaque table. Le génie du maître d'hôtel, c'est l'Art de rendre l'expérience du client mémorable, en réussissant à chaque fois à tisser avec lui une histoire particulière. Denis Courtiade en est la parfaite incarnation et l'expérience que j'ai pu vivre grâce à lui m'a permis de me constituer un référentiel inégalé à ce jour.

## J'ai fait un rêve

J'ai fait le rêve d'une carrière dans la restauration et en particulier dans les métiers de service, pour pouvoir créer et partager des moments d'exception avec les clients, faire plaisir, faire découvrir et échanger. Pour faire carrière dans ce métier, il me semble indispensable d'être passionné, d'aimer la gastronomie, les produits, le vin... Il est aussi important d'aller plus loin en essayant de découvrir les personnes qui les créent et celles qui les mettent en valeur, pour pouvoir ensuite partager nos expériences avec nos clients mais également avec nos collègues. Le service « de demain » doit se construire sur l'expérience

Les métiers du service et de l'hospitalité sont les gardiens d'un monde de précision et d'exigence, où l'espace et le temps se remplissent de sensations inédites. A l'heure où la dématérialisation du commerce fait rage (Internet et livraisons à domicile), les derniers lieux où nous pouvons vivre des expériences humaines sont principalement les hôtels et les restaurants. Ces lieux participent donc plus que jamais au maintien du lien social, mais ils contribuent également à nous emmener dans des voyages de plus en plus exigeants. Les Maîtres d'hôtels devront savoir être des metteurs en scène de leurs produits et maîtriser les clés du marketing expérientiel et du parcours émotionnel du client pour créer des relations humaines authentiques.

Les Français sont-ils les « Tontons Flingueurs » de l'enchantement ? Trop de restaurateurs ou d'hôteliers ont le nez collé sur leurs besoins primaires : « envoyer l'assiette » ou « encaisser la chambre ». Les proportions vont s'inverser et le succès appartiendra aux meilleurs communicants pour qui nourrir et héberger seront des prétextes à faire voyager et à divertir.

Créer l'enchantement : donner à ses clients un plaisir si exceptionnel qu'ils le ressentent comme un tour de magie : telle est l'ambition que doit se fixer un professionnel de l'hospitalité. Grâce à lui, un dîner doit cesser d'être une simple prestation et se changer en émerveillement. Car, bien au-delà d'un service objectif et quantifiable, c'est ce plaisir qui est l'enjeu de notre métier. Etre enchanté, c'est être totalement saisi par la magie d'une expérience au point d'en oublier tout le reste. Il ne s'agit pas seulement de charmer les sens, encore faut-il créer l'état privilégié qui permettra d'en jouir sans réserve et sans arrière-pensée, dans une réelle plénitude. L'art de la gastronomie n'est pas seulement dédié aux papilles, il touche aussi notre sensibilité et notre intelligence. Pour faire d'un repas un moment d'expérience réellement exceptionnel, la communication doit donc transcender ses limites ordinaires et toucher à la fois le cœur, le corps et la tête.

■ **Alexandre DUBARRY, Consultant, Fondateur du cabinet Quatre Epices**

acquise au fil du temps avec les grands chefs, les maîtres de cérémonie, en perpétuant un savoir-faire et des techniques qui permettent de valoriser notre métier. Il faut s'employer à créer un accueil et un service élégants, personnalisés, sans ostentation, non standardisés, pour permettre au client de passer un moment « unique » et pour mettre en avant un esprit de convivialité, inhérent à la gastronomie.

■ **Olivier Alglave, Maître d'hôtel au restaurant Le Meurice**

## Le client, le palace et l'équipe de salle

*Palace du Crillon au Plaza Athénée, du George V au Ritz, et actuellement au Shangri-La Hôtel, ma carrière professionnelle, dans le monde très élégant de la restauration gastronomique, est jalonnée de challenges et de besoins d'exigences. Dans cet univers en perpétuelle évolution, les attentes de nos clients changent. Auparavant, ils aimaient être choyés, cocoonés, reconnus. Aujourd'hui, ils s'attendent à ce qu'on les surprenne, qu'on attise leur curiosité. Les clients veulent de l'authenticité, de la simplicité. Ils sont prêts à accepter des tarifs élevés à condition de vivre des moments d'exception.*

Trois profils de clients se démarquent, à mon sens. L'indépendant, à la recherche d'un moment authentique et personnalisé. « L'accro » au luxe qui exige la meilleure qualité et le meilleur service et enfin le dénicheur de bons plans, plus jeune et expert en médias sociaux.

### L'art de satisfaire un client

Afin de les satisfaire, j'aime un service attentif aux moindres détails, respectant une tradition française empreinte de gentillesse et de spontanéité. Je suis intimement persuadé que l'art du service réside dans la manière de se comporter en offrant, dès la première fois, la meilleure expérience possible. Si je devais résumer mon travail en une seule phrase, je choisirais la citation d'André Malraux : « L'art, c'est le plus court chemin de l'homme à l'homme ».

La restauration est très largement influencée par les changements économiques et sociologiques de notre époque.

### Air du temps...

L'évolution des modes de vie a un impact important dans notre secteur d'activité. Les consommateurs d'aujourd'hui se préoccupent davantage du climat, de l'environnement et de leur santé. Les problématiques de développement durable et de sécurité alimentaire sont, via les médias, connues de tous. Nos clients sont et seront de plus en plus vigilants sur la qualité de la prestation et de leur bien-être. Toutes ces évolutions impliquent que les personnels de service acquièrent de nouveaux savoirs et savoir-faire. Les serveurs ne peuvent plus se contenter de servir des plats, ils doivent aussi savoir d'où proviennent les produits utilisés et leurs impacts sur l'environnement. Ils se doivent d'être capables de faire preuve d'anticipation et d'adaptabilité, dans un métier qui devient de plus en plus complexe.

La conjoncture économique est d'une importance capitale pour le secteur de la restauration, qui dépend fortement du tourisme. Les clients voyageurs ont tendance à être plus exigeants en matière de qualité et de spécialisation et à vouloir de l'exceptionnel. La mondialisation offre de nouvelles perspectives pour attirer de nouveaux clients, hors Europe, mais elle entraîne également une concurrence plus forte et plus internationale.

### Profil atypique

La polyvalence : ce terme est souvent utilisé pour décrire le profil de travailleurs qui vont au-delà de leurs fonctions. Elle a pour but de répondre aux besoins toujours plus grands de flexibilité. La polyvalence pourrait toutefois entraîner un manque de spécialisation qui pourrait limiter la profondeur des compétences des salariés. Parmi les compétences émergentes, les compétences interculturelles et linguistiques sont de plus en plus nécessaires. Cela s'explique par l'internationalisation non seulement de la clientèle, mais aussi de la main d'œuvre. Ce phénomène implique aussi que les cadres acquièrent de nouvelles compétences, en l'occurrence dans le domaine de la gestion des relations sociales (faculté de coopération, l'esprit d'équipe, l'autonomie, l'inventivité et l'esprit d'initiative).

### Avis et recommandations

Il faut améliorer les conditions de travail pour attirer des travailleurs plus qualifiés et réduire le taux de rotation des employés. L'amélioration des structures de carrière et des possibilités de promotion s'impose également pour permettre au secteur et aux entreprises de garder ses employés et ses compétences. La formation doit être intégrée dans le parcours professionnel des travailleurs. Les entreprises du secteur doivent travailler en coopération plus étroite avec les établissements d'enseignement pour créer de nouvelles formations et les actualiser en permanence. Dans l'ensemble, il convient d'améliorer l'accès des travailleurs à des formations systématiques. Les programmes d'accompagnement et d'apprentissage sont utiles à cet égard. De plus, ils peuvent rendre les formations plus attractives aux yeux des travailleurs.

Il convient d'attirer plus de jeunes dans les établissements de formation aux métiers de la restauration pour éviter de graves pénuries de main-d'œuvre et de compétences à l'avenir. Cet objectif est étroitement lié à celui qui consiste à améliorer l'image de marque du secteur ainsi que les conditions de travail et les structures de carrière. Aujourd'hui, la notion de service redevient primordiale...

■ **Christophe Kelsch, directeur du restaurant gastronomique français l'Abeille (Shangri La)**



© Viadgrin - Fotolia.com

« C'est quand le client est parti que tout commence... »

Denis Courtiade



© alphaspirit - Fotolia.com



# Etre une femme : le don de Dame Nature

Je suis issue d'une famille modeste, sans lien avec le monde de la restauration. Mon entourage considérait même cette branche comme une « voie de garage »... Pour que je puisse intégrer le lycée hôtelier, je devais observer une condition : travailler plus tard dans des maisons prestigieuses. La formation à plein temps fut très bénéfique car la succession de stages dans tous types de restauration (collectivité, traditionnelle, chaîne, gastronomique, traiteur...) m'a permis de savoir exactement dans quel univers je souhaitais vivre ma carrière.

© vladgrin - Fotolia.com



De plus, la présence attentive et affectueuse de mes professeurs, tant d'enseignement général que technique, m'ont apporté une ouverture d'esprit et un regard sur le monde plus importants que si j'avais suivi une formation par alternance, il me semble.

## Aubaine professionnelle

Un jour, j'ai entendu que Monsieur Passard de l'Arpège, souhaitait féminiser son équipe. Après plusieurs entretiens où les mots rigueur/amour/passion du métier raisonnaient, j'ai pu intégrer ce prestigieux établissement, mais ce n'était pas simple d'y faire sa place en demeurant soi-même ! Bien que dans ce style d'établissement, le personnel soit soumis à une hiérarchie quasi militaire, je suis passée en quelques mois de commis à premier commis, puis à demi-chef de rang. Mais l'herbe semble toujours plus verte ailleurs. C'est ainsi que nous avons décidé, avec mon époux, de partir dans le Sud... Magique, Avignon : le soleil, les cigales, une maison pour le prix d'un appartement à Paris, des horaires plus flexibles, un rythme de vie moins trépidant. Mais le revers de la médaille fut inévitablement l'ennui. Loin de la famille, des amis, un travail sympa mais trop cool.

## Entente féminine

Paris, Paris, Paris, de retour à Paris, je souhaitais travailler avec une femme chef, Hélène Darroze, afin de voir s'il y avait une différence. Je voulais connaître la manière dont elle gérait une brigade d'hommes. Avec Hélène, j'ai appris une nouvelle façon d'encadrer et d'accompagner, basée sur la confiance et la communication. Ce qui me motive en tant que femme dans cette profession, c'est mettre en lumière le don de soi, l'extrême générosité, la passion et l'amour du travail bien fait. C'est là, à mon sens, le fruit de notre sensibilité féminine. Elle aussi a cru en moi et très vite, je suis passée de chef de rang à assistante, puis responsable de sa « salle à manger ».

## Défis à relever

Toujours à la recherche de nouveaux défis, je me suis décidée à tester le restaurant de Monsieur Savoy,

qui dans ce circuit, a la réputation d'être un homme agréable, qui tient cependant une des maisons les plus difficiles. Avec monsieur Savoy, c'est une remise en question perpétuelle, un défi de tous les jours. Nous sommes la vitrine de son travail, son savoir-faire et sa façon de penser. Lui et nous ne formons qu'un. Il a beaucoup d'idées, de nombreux projets. Il faut juste être en mesure de le suivre.

## (R)évolution féminine

Il n'y a pas si longtemps, nous comptions très peu de femmes dans la haute gastronomie et comme dans la société actuelle, tout bouge ! Nous avons de plus en plus de femmes sommelières, cuisinières, directrice de salle qui apportent une note d'élégance et une autre sensibilité au service. Un rapport différent à l'environnement humain en somme. La découverte culinaire a toujours été un moment de partage. A nous de faire ressentir et de communiquer toutes nos émotions aux clients qui en sont de plus en plus friands. Nous avons choisi ce merveilleux métier pour offrir du rêve au client.

## Un client chouchouté

Toute la journée, nous n'entendons que crises, catastrophes, tristesse et malheur. Lorsque nous accueillons un client, il doit se sentir unique, entendu, le temps d'un déjeuner, d'une soirée. Plus rien n'existe en dehors d'un bon moment partagé. A mes yeux, mais selon bon nombre de mes collègues aussi, voir repartir quelqu'un avec un immense sourire, qui vous sert la main en vous remerciant du moment d'exception qu'il vient de passer chez vous vaut toutes les récompenses. C'est un métier où l'on a toujours beaucoup donné (temps, énergie...) mais où l'on reçoit beaucoup aussi que ce soit avec les clients ou avec nos collègues. Pour toute la jeune génération qui veut tout sans trop d'efforts, sachez qu'il faut aussi se donner de la peine pour réussir et que l'on en obtient plus de fierté, davantage de gratitude.

Carole Teyant,  
Maître d'hôtel au restaurant Guy Savoy

# La transmission est un art difficile

Transmettre un métier... Vaste mission qui impose à l'ambitieux de s'interroger sur ce qu'est « le métier » : est-il celui que j'exerce, et auquel cas comment évoluera-t-il si je souhaite que mon disciple puisse l'exercer longtemps avec plaisir et sans déception ? Est-il celui que l'on m'a enseigné, et auquel cas quels en sont les fondamentaux que je dois à mon tour « transmettre », et surtout de quelle manière, pour que mon héritier fasse à son tour fructifier le patrimoine que je lui remets sans se sentir freiné dans son désir de créativité et son besoin d'évoluer par le « dogme » ?

« Donnez un poisson à un homme, vous le nourrissez pour la journée ; enseignez-lui comment pêcher, vous le nourrissez pour la vie. »

Lao-Tseu,  
Philosophe

Faire évoluer l'espèce, assurément, et en aucun cas la cloner... Le savoir-faire, pilier de notre héritage culturel, constitue le fondement technique de notre culture professionnelle issue des corporations moyenâgeuses.

## Savoir-faire, savoir-être : s'adapter...

Bousculé, critiqué, remis en cause, il traverse cependant les siècles, certes en s'adaptant, car il répond à nos besoins les plus élémentaires. C'est notre intelligence de la main, celle qui traite du produit et du matériel. Le savoir-être, qui nous impose depuis la Renaissance de nous adapter à toutes les envies, à toutes les cultures, à toutes les époques, sans jamais juger, mais en offrant à l'autre le service qu'il attend. Anticiper, imaginer, organiser, deviner, comprendre, simplement pour rendre heureux, pour matérialiser l'immatériel, le bien être, c'est notre intelligence du cœur, celle qui traite de l'âme et de l'esprit. Il est bien là, le véritable « service » : offrir à l'hôte la satisfaction de ses attentes, qui sont bien autres que simplement « manger et boire », qui passe par le contrôle de ses cinq sens et nous impose d'en développer un sixième, celui du savoir-recevoir.

## Connaître son métier

Quel autre métier que le nôtre fait autant appel à la sincérité, à la générosité, à l'empathie ? Les professions médicales, assurément, qui traitent elles aussi autant l'âme que l'esprit, et les œuvres humanitaires bien évidemment, mais dans des conditions tellement éloignées des nôtres... Et si finalement notre « métier » était avant tout un sacerdoce, une vocation, innée pour les uns et transmise pour les autres qui permet à chacun de s'accomplir au travers de l'accomplissement du bonheur de l'autre ? C'est

peut-être là le phare qu'attendent nos jeunes, aujourd'hui plus que jamais avides de générosité, de sincérité, de reconnaissance, de partage, d'appartenance à une « famille » unie autour de valeurs humaines et prônant l'éthique ?

## Comprendre la jeune génération

Souvent inquiets, parfois perdus, nombreux sont ces jeunes qui s'inscrivent et se retrouvent à leur tour dans cette nouvelle renaissance issue d'un monde bouleversé et cynique si souvent à l'opposé de nos valeurs. Nos établissements, professionnels ou scolaires, deviennent alors de véritables arches qui permettent à une espèce qui redoute d'être en disparition de traverser les tempêtes, économiques, culturelles et technologiques, en préservant ce qui depuis la préhistoire fonde l'esprit et permet la survie de toute civilisation : le partage du repas, celui-là même qui a fait évoluer notre condition, du statut de primates nomades à celui plus évolué de société organisée qui a su faire évoluer cette pratique au rang d'art, celui tout simple et pourtant si complexe de Vivre. Si nos valeurs attirent ces jeunes, alertés sur les paradis artificiels et lassés de ceux plus virtuels, il est de notre responsabilité, de notre devoir, de savoir les retenir et entretenir leur enthousiasme.

Et quel meilleur outil pour cela que l'émotion ? Celle qui guide chacun des sentiments de nos clients et oriente chacune de nos décisions, celle qui nous unifie à nos invités et leur permet de fusionner avec notre univers. Tout dans notre profession n'est qu'émotion, et avant de chercher à « faire faire » il est essentiel de faire ressentir pour, tout simplement, comprendre que ce ne sont finalement que nos émotions qui orienteront l'avenir de notre métier.

Jean-Luc Frusetta,  
Enseignant au Lycée Albert de Mun, Paris

« Il faut permettre aux étudiants de réfléchir à leur futur métier et même mieux, au futur de leur métier »

Denis Courtiade



© Chlorophylle - Fotolia.com



## Une succession de devoirs

Le management de l'excellence du service n'est pas le fait de manager le « quoi » mais de manager le « comment », source de vécu émotionnel aux yeux du client, créant ainsi de la différenciation, de la satisfaction, et de la fidélisation client, ce que chaque directeur de salle recherche quotidiennement... Pour cela, le directeur de salle se doit d'être un leader. Mais comment définir un leader ?



Sergey Nivens - Fotolia.com

Pour Luxury Attitude, le leader est celui qui porte la « Vision » ; la fait partager en assurant cohérence et cohésion et la traduit dans ses actes et dans ses comportements.

### Porter la vision

Il est évident qu'un directeur de salle, dans son rôle de leader doit être en mesure de connaître parfaitement l'ADN du service qu'il souhaite impulser. En fonction de la cuisine du chef, des ambitions de la direction, mais aussi du type de clients qu'il cherche à acquérir, le manager doit être en mesure d'expliquer clairement la vision qu'il a du service, en des mots simples que chaque collaborateur pourra comprendre.

L'idée n'est pas de savoir « quoi » faire mais « comment » le faire. Cette dimension est en parfaite adéquation avec la quête de l'excellence du service.

Pour porter la vision, le manager doit être conscient qu'il doit maîtriser deux devoirs :

➤ **Le devoir d'étoile** : un collaborateur ne s'engagera durablement dans l'excellence du service que s'il a le sentiment qu'il contribue à un objectif commun. Mais quel est cet objectif ? Est-ce uniquement de servir des clients et les satisfaire ? Ou d'avoir créé, durant un service, une expérience inoubliable qui créera à son tour l'enchantement du client ? Il faut que chaque manager, s'il veut être un leader, ait conscience de ce devoir d'étoile. Tout ce qu'il fera, tout ce qu'il dira, tout ce qu'il ne fera pas, tout ce qu'il ne dira pas aura un impact en termes d'excellence du service.

➤ Le second devoir que le manager doit développer est **le devoir d'éveil**. Si la restauration a été une vocation pour de nombreux candidats il y a quelques décennies, aujourd'hui force est de constater que ce métier n'attire plus. Il est donc vital d'éveiller les sens et la curiosité pour

que chaque collaborateur puisse être en mesure « d'avoir faim » de connaissances. N'oublions jamais qu'un bébé, durant les premiers jours de son existence, est aveugle. Chacun de nos collaborateurs, lorsqu'il rentre dans un univers d'excellence, a besoin de cet éveil pour avoir envie d'aller plus loin. D'où l'importance de laisser ses collaborateurs découvrir les arts culinaires, les tendances, les nouvelles créations...

### Assurer cohérence et cohésion

Tout manager pour devenir leader devra, dans les dix prochaines années, consacrer un temps conséquent au devoir d'éducation. Une nouvelle fois, pour être en quête d'excellence du service, l'idée n'est pas seulement de former les collaborateurs à ce qu'ils doivent faire mais à les former également à comment le faire. Combien de temps passons-nous à coacher nos équipes ? Si un directeur de salle ne pourra jamais commencer un service sans faire un brief, d'une dizaine de minutes, précisant les plats, les desserts... combien de temps avons-nous passé à former chacun de nos collaborateurs à regarder, à créer de l'empathie, à sourire élégamment, à être à l'aise dans sa délivrance de service ? Autant de facteurs concernant l'attitude que beaucoup de managers oublient de coacher.

### Actes et comportements exemplaires

Il est évident que chaque leader devra être conscient de son devoir d'exemplarité. Il est observé, scruté, décortiqué et deviendra LA référence de tout collaborateur. Il est donc essentiel d'être en parfaite cohérence entre ce que l'on dit et ce que l'on fait, il en va de notre crédibilité. Il est aussi essentiel d'avoir un devoir d'enthousiasme. Dans un monde anxigène, où le business est parfois difficile, il faut que le leader absorbe de l'énergie négative et diffuse de l'énergie positive. Ce n'est que dans ce contexte que les collaborateurs auront l'envie de bien faire.

Enfin, compte tenu des circonstances liées au recrutement et au turnover de cette profession, il est évident que chaque manager devra prendre conscience de son devoir d'endurance. Être pédagogue, prendre le temps d'expliquer et de réexpliquer, de donner du sens, de féliciter mais aussi de recadrer : l'ensemble de ces actes managériaux devra être quotidiennement répété pour être intégré. Manager est un art. Manager l'excellence du service doit devenir une passion. Celle de scanner le moindre détail pour en faire un élément de création du vécu émotionnel. Ce n'est qu'à ce prix que l'on peut espérer enchanter le client.

■ Erik Perey,  
directeur de Luxury Attitude

## L'expérience, ça compte aussi !

Valider ses acquis par l'expérience... La démarche n'est pas évidente, mais accessible à toute personne justifiant d'au moins 3 ans d'activité dans le secteur. Le principe : faire valider son expérience professionnelle, son savoir-faire auprès de l'Éducation Nationale afin d'être dispensé des épreuves de l'examen concerné, la validation débouchant sur l'obtention du diplôme en question.



Chlorophylle - Fotolia.com

La clé du succès réside dans la capacité à se remettre en cause en faisant le point sur son expérience de 10, 20... années de travail. Avec le risque de prendre conscience de ne pas être au niveau.

### Démarches

Première étape : faire accepter sa demande de validation auprès des services de l'Éducation Nationale, qui statuent en fonction de l'emploi occupé et des tâches exercées. Seconde étape : détailler au jour le jour les tâches remplies dans un livret qui sera ensuite examiné par des experts de l'Éducation Nationale. « Je me suis astreint à écrire une page par jour et à relire celle de la veille. J'ai essayé d'être le plus précis possible », poursuit Denis Courtiade dont les compétences recouvrent des domaines aussi variés que le management des équipes et la technique proprement

dite du service en salle.

### La preuve par la voix

Puis, l'oral devant des enseignants de l'Éducation Nationale constitue la dernière ligne droite : présentation personnelle et questions-réponses sur l'exercice de son métier. « Je me suis retrouvé dans une salle immense, la salle d'attente était occupée par une vingtaine de personnes, nous devions nous présenter à l'appel de notre nom, et je me suis retrouvé assis devant 5 enseignants... Ils m'ont demandé de parler de mon cursus pendant 15 mn, et ensuite, à tour de rôle, ils m'ont posé des questions sur les langues étrangères, le juridique, les produits comestibles, et ce, par rafales pendant 15 mn encore. L'entretien a duré environ 1/2 heure. »

■ Lydie Anastassion, journaliste et bloggeuse spécialisée en restauration

## Expériences in vivo-Volet 1

Le fruit de ce témoignage résulte des échanges entre des élèves nés sous Y et un professionnel de la restauration né sous X. Suite à mes interventions à l'Institut Paul Bocuse à Ecully en début d'année 2012, j'ai demandé à deux classes de 2ème Année de Licence Professionnelle en Management International Hôtellerie et Restauration, soit 50 élèves de 20/25 ans de réfléchir à la question suivante : « Quelles ont été et quelles sont les motivations qui vous ont poussées à faire carrière dans nos professions d'hospitalité et de service ? »

### Synthèse des réponses des étudiants

- C'est avant tout une profession passionnante dans laquelle on peut s'épanouir
- C'est un métier qui répond à nos attentes professionnelles
- Le plaisir du contact avec les clients, de découvrir de nouvelles clientèles d'origines et de cultures diverses
- Être au service de la personne
- Créer un moment heureux, être acteur, innover, et pouvoir apprendre tous les jours
- Il y a aussi une part stratégique dans notre choix, une certaine sécurité de l'emploi, car nos métiers de bouche manquent de bras. Les offres d'emplois sont toujours en forte progression

### Les motivations des jeunes

Nous sommes motivés par ces métiers de service car ce sont des métiers plein d'avenir ou le contact et la relation client sont essentiels. Nous recherchons un travail d'équipe, un métier où les valeurs professionnelles animent les collaborateurs. Parmi ces valeurs figurent : la

fraternité professionnelle, la rigueur, l'échange, le partage, l'effort et le réconfort, la cohésion, le tutorat, la reconnaissance, le respect, l'écoute et être compris...

Aujourd'hui, nos deux priorités résident dans la sécurité de l'emploi et la possibilité d'exprimer notre passion professionnelle... Le premier pilier concerne l'assurance de trouver et la sécurité de conserver un emploi. Les métiers de l'hôtellerie et de la restauration assurent un travail à vie, car ils nécessitent une main d'œuvre importante. Les offres d'emploi sont nombreuses. De plus, cette profession nous permet aussi de pouvoir toujours réorienter notre parcours professionnel, car elle offre des passerelles inter-métiers : de l'hôtellerie à la restauration, du terrain à l'administratif, des différents standings et gammes d'établissements, de la multitude de grades et de fonctions... C'est pour une grande part d'entre nous, un fait très rassurant, de savoir que notre profession ne disparaîtra pas.

### Métier-passion

La passion est au cœur des métiers de l'hôtellerie et de la restauration qui demandent une réelle

motivation pour faire face aux contraintes horaires (coupure, horaires décalés, travailler tôt et tard, repos en semaine...). Nous sommes également loin du schéma classique de la vie de famille, nous redoutons d'avoir à faire des choix sur l'importance des priorités... Sans passion, il n'est pas possible d'exercer notre profession. En parallèle, ces métiers donnent la possibilité de voyager.

Je souhaitais donc, par cet exercice, et après 25 années de carrière professionnelle comprendre les motivations de cette fameuse Génération Y afin de mieux l'accompagner. Je me rends compte que mes motivations de départ sont proches des leurs, mais je me rends également compte que cette génération est beaucoup plus terre à terre, qu'elle a besoin d'être rassurée et qu'elle est moins téméraire et carriériste que les professionnels de ma génération.

■ Par Denis Courtiade,  
Plaza Athénée à Paris  
et Philippe Rispal de l'Institut  
Paul Bocuse à Ecully



## Expériences in vivo-Volet 2

A l'occasion de la Semaine Excellence de l'Institut Paul Bocuse, d'autres élèves de la classe d'A2A dont le thème de la semaine Excellence était la Justice se sont soumis à la question « Quelles ont été et quelles sont les motivations qui vous ont poussées à faire carrière dans nos professions d'hospitalité et de service ? ». Par souci de confidentialité, à la demande des élèves, des réponses anonymes ont été transmises.

### Pourquoi avoir choisi ce métier ? Les élèves répondent...

- ☛ « J'ai choisi le métier de service pour :
  - Le contact avec le client
  - La satisfaction du client pour arriver à terme à une fidélisation de la clientèle
  - Les opportunités de voyages à travers le monde et de découvertes de nouvelles cultures
  - Le luxe (travailler dans un environnement luxueux)
  - Faire partager mon sens de l'organisation, de la rigueur et du détail pour arriver à la perfection.
  - Diriger des équipes pour atteindre un but commun »

☛ « Je pense que la première raison qui nous pousse à choisir les métiers de service est la passion pour ce métier. Car en effet, sans passion il semble difficile de pouvoir continuer à travailler au service des autres. Ensuite le fait de pouvoir entrer dans des métiers où il y a de la place pour nous, motive également énormément les troupes. Ensuite il me semble que le contact humain est un des éléments clés de cette profession. »

☛ « Si j'ai choisi le chemin de l'hôtellerie et de la restauration c'est pour la diversité de cette profession. Je pense que selon nos souhaits, nous pourrions toujours trouver avec un minimum de volonté et de passion une spécificité dans ce milieu. Cette voie nous permet de nous épanouir dans divers milieux, différents endroits, différentes cultures. Egalement la possibilité d'être au contact de nombreuses personnes que ce soit notre équipe ou des clients est fort enrichissant et intéressant. Enfin, je me suis engagé dans cette voie car j'ai eu l'opportunité d'être accepté comme étudiant à l'Institut Paul Bocuse qui est une chance pour réussir dans ce milieu. »

☛ « Pour moi: c'est la passion du métier, le plaisir de donner du plaisir à autrui, de faire partager un beau et bon moment aux autres. L'adrénaline liée au service également. L'atmosphère qui se dégage d'une salle de restaurant. »

☛ « Les jeunes sont aujourd'hui attirés par les métiers de CHR car avant tout ce sont des métiers de services, de relations et de communication. De plus, ces métiers ouvrent une réelle évolution de carrière dans un vaste domaine d'emplois. Il favorise également une ouverture d'esprit et une envie de voyager. Ces métiers permettent aux jeunes de s'adapter, cohabiter, échanger, comprendre des individus d'une culture qui leur est inconnue, c'est un véritable défi ! »

☛ « Attirée par les métiers de service, je considère que satisfaire les demandes et besoins des clients toujours plus exigeants est un challenge de tous les jours. Faire plaisir sans attendre de retour est une qualité indispensable dans ces métiers. »

☛ « J'ai choisi la profession de l'hôtellerie restauration pour pouvoir vivre ma vie d'une façon très agréable à mon sens, prendre les opportunités qui s'offrent à nous pour pouvoir voyager, et travailler dans des endroits merveilleux. »

☛ « Ce qui peut attirer les jeunes aujourd'hui à se découvrir une passion, un talent, pour les métiers de service c'est l'intérêt porté au monde de l'hôtellerie restauration, en effet de nouveaux concepts ne cessent de voir le jour, et ce secteur d'activité offre de nombreux emplois. Pour moi le déclic s'est fait lors d'un stage au collège au sein d'une association d'évènementiel pour enfants, j'avais eu pour mission d'aider à préparer 200 goûters pour une fête de Noël, et loin de considérer cela comme une corvée j'étais ravi de faire plaisir à tous ces enfants et m'appliquais à la tâche. J'ai pourtant continué un cursus général dans la mesure où je m'intéressais à beaucoup de choses et afin de ne me fermer aucunes portes au premier abord. Lorsque l'on dit que c'est un métier de passion, je pense que cela signifie avant tout d'avoir envie de faire plaisir aux autres, à l'autre – et d'aimer ça ; c'est aussi un plaisir créer du contact. Créer du bonheur, vendre du rêve ; offrir un service parfait est pour moi quelque chose d'extrêmement valorisant ; être dans le « back stage » voir ce qui s'y passe, observer les coulisses et l'organisation qui permet d'offrir ce que le client voit de l'extérieur, être au cœur du secret en somme, et surtout y participer, voire en être à l'origine. Il est pourtant vrai que la société actuelle tend vers toujours plus d'individualisation, mais il y a paradoxalement un courant qui se veut solidaire et prônant un retour aux essentiels et à l'entraide. »

☛ « J'ai choisi le métier de service car :
 

- C'est une des rares professions où il est possible d'évoluer rapidement de nos jours
- Peu de chômage ce qui n'est pas négligeable aujourd'hui
- Des métiers très divers à la clé : en restauration, en hébergement, en finance, commercial, sales & marketing, RH...
- La possibilité de monter sa propre entreprise
- La possibilité de voyager
- Les métiers de service et de l'hôtellerie restauration en général : « le plaisir de faire plaisir »

• Il propose une évolution au quotidien dans le monde du luxe (cadre d'exception, qualité du service, haute gastronomie) : cela fait rêver

• Un métier de contacts, diversité des relations : avec les clients, avec les supérieurs, les collaborateurs, les employés... Des rencontres quotidiennes avec des personnes de tous milieux et de toutes nationalités : un métier très riche en rencontres

• Un métier complet au quotidien où on ne s'ennuie pas : opérationnel, management des équipes, gestion, dimension RH »

☛ « On peut penser que de nos jours les jeunes ont d'autres motivations qu'autrefois pour intégrer les métiers de service. Pour ma part, je pense à deux motivations principales. Premièrement, je pense qu'on embrasse les métiers de service principalement par amour du service, on veut se rendre utile et faire plaisir aux clients. C'est un plaisir qui se transmet de génération en génération. Dans un second temps, il me semble également qu'il faut prendre en compte le fait que la plupart des jeunes d'aujourd'hui n'ont pas envie de s'ennuyer au travail, ils veulent bouger et se sentir utiles et ne surtout pas rester statiques derrière un bureau. Pour ma part, je dirai que c'est plus l'hôtellerie restauration qui m'a choisi qu'inversement. En effet, je me destinais à une tout autre orientation quand la restauration m'a rattrapé. Dès que j'en ai eu le droit légalement j'ai travaillé dans des restaurants, hôtels restaurant etc... Ce qui m'a toujours énormément plu.

Cependant lorsque je me suis enfin décidé à en faire un réel métier les raisons qui m'ont motivées furent :
 

- La passion que j'ai pour ces métiers (le fait de se sentir « BIEN » dans un hôtel/restaurant
- Le relationnel (aussi bien avec les équipes que les clients)
- La gastronomie !

 Mais aussi et surtout pour :
 

- La diversité des métiers
- La possibilité de mobilité géographique

C'est pourquoi j'aime à penser que les jeunes qui embrassent ces métiers ont les mêmes motivations que les miennes. Je pense aussi que la notion de concret plait également beaucoup aux personnes qui travaillent dans cette branche d'activité. »

☛ « J'ai choisi ce métier car j'ai une passion pour les métiers de service et pour la relation humaine. J'ai aussi l'envie de faire plaisir et de partager des bons moments. »

# LE CHEF

LE MAGAZINE DES CHEFS DE CUISINE



Tradition et innovation  
le trait d'union des générations

Le Chef est le **magazine de référence** des chefs de cuisine, fédérateur de la profession. Il est devenu, au fil des années, la revue du métier en restauration commerciale et en restauration d'entreprise.

### Retrouvez tous les mois

- ☛ **Actualité de la profession** : vie des chefs, des cuisiniers et des brigades
- ☛ **Vie des chefs et leurs établissements** : leur gestion, leur cuisine et leur carrière
- ☛ **Synthèse de grands sujets** : les tendances qui vont bouleverser le métier
- ☛ **Compte rendu des événements phares de la profession** : Chef de l'Année, Festival de la Créativité Gastronomique, concours...
- ☛ **Recettes gastronomiques**
- ☛ **Mais aussi** : portraits, produits, livres...

### Les chefs parlent du Chef

« On peut faire passer vraiment sa sensibilité, les journalistes du Chef sont réceptifs à ce que l'on veut faire passer. » **Michel Bras**

« Je voudrais remercier le magazine Le Chef pour toutes ses démarches pour la défense de notre corporation, pour la promotion qu'il peut faire de toute une jeunesse qui pousse derrière nous. » **Olivier Roellinger**

« Merci d'exister ! » **Guy Savoy**

Un an (9 numéros)

**40€ TTC**  
au lieu de 45\*  
\*prix de vente au numéro

Où que vous soyez, ayez le réflexe

**www.lechef.com**

Inscrivez-vous à la newsletter et consultez les archives

### VEUILLEZ TROUVER CI-DESSOUS MES COORDONNÉES

Nom .....

Prénom .....

Etablissement/société .....

Titre ou fonction .....

Adresse  professionnelle  personnelle

N° ..... Rue .....

Code postal ..... Ville .....

Tél. .... Fax .....

email .....

**OUI,**

je m'abonne pour **un an** (soit 9 numéros) au magazine Le Chef au prix de **40 euros TTC** (TVA 2,10%).  
Tarif étranger : 51 euros

je m'abonne pour **2 ans** (soit 18 numéros) au magazine Le Chef au prix de **72 euros TTC** (TVA 2,10%).

Je règle par  Chèque à l'ordre des Editions de la RHF  
 Virement CCP 1499-74 W Paris

Je souhaite recevoir une facture

Date et signature obligatoires : \_\_\_\_\_

**SOCIÉTÉ OU ÉTABLISSEMENT**

Restauration commerciale  Sommelier

Hôtel avec restaurant  Chaîne de restauration

Restauration collective  Industriel distributeur

Restaurant traditionnel  Autre : .....

Les établissements publics peuvent nous adresser, accompagné de ce bulletin, un simple bon de commande. Une facture leur sera envoyée à réception.

BULLETIN D'ABONNEMENT



# Savoir-faire et savoir-être : mode d'emploi



*La cuisine et le service ? Ca ne s'invente pas. Et même si n'importe quel individu désireux d'ouvrir un établissement est en mesure de le faire, après une brève formation en hygiène et sécurité alimentaire. Les gestes de base, les fondamentaux, le savoir-être et le savoir-faire ne s'improvisent pas. Les professionnels s'accordent à le dire : la formation est le pivot de ces métiers et s'avère nécessaire pour exercer dans les règles de l'art...*

Trois points me tiennent à cœur parmi lesquels l'évolution des cursus de formation. Il me semble absolument indispensable que le passage obligé par une formation culinaire soit une pierre angulaire de nos métiers de service. En effet, on ne peut bien commercialiser que ce que l'on touche des mains - « la main à la pâte » - ou goûté parce que l'élève a pu réfléchir, poser des questions et ensuite, se forger une opinion. Que de bêtises sont dites dans les restaurants par manque de connaissances et de pratique professionnelle lorsque sont formés des « porteurs d'assiettes » au sobriquet de « loufiats », incapables de répondre à une question d'un client qui cuisine même chez lui !

Mais ce n'est pas tout. Quid des attentes de nos élèves ? Un second point important. Car, la plus grande des difficultés consiste à leur faire accepter les « codes » sans lesquels les portes ne s'ouvriront jamais : savoir-être, savoir-vivre, rigueur de soi, honnêteté intellectuelle, beauté de l'âme...

## Surpasser les obstacles

Mais aussi le concept selon lequel le chemin ne peut se tracer que dans la difficulté pour mieux grandir, devenir autonome, responsable, donc adulte. Il faut se faire mal pour éprouver ensuite du bien.

Aucun chemin ne se construit dans la facilité. C'est un bienfait de sortir les élèves le plus possible du cadre scolaire pour les inciter à réfléchir, rencontrer les acteurs de la société civile (artisan, vigneron, cuisinier, restaurateur...) afin de donner un sens à leur formation. Comprendre ses choix. En conclusion, nous tentons simplement d'apporter notre pierre à l'édifice de l'École de la vie et de les guider vers une dimension citoyenne authentique.

## Comprendre cette vocation

La vision du métier est prépondérante. J'ai la sensation qu'un client attend aujourd'hui que le service soit effectué par une personne nantie de gentillesse, générosité, bon sens, réactive discrètement et rapidement, capable d'appréhender une situation donnée efficacement avec discrétion. Le client désire, sans qu'il en prenne

conscience, une séquence « culture » légère mais percutante et cohérente, sans esbroufe, sur un produit spécifique (apéritif, mets, fromage, boisson...) Il est indispensable, à mon sens, que la clientèle quitte l'établissement satisfaite et heureuse, mais enrichie d'un savoir nouveau.

## Des compétences linguistiques

Au delà de la maîtrise des langues étrangères indispensables à une évolution professionnelle, je crois que nous devenons et incarnons des « porteurs d'images ou de rêve » de notre rue, quartier, ville, canton, département, région ou pays. Nous empiétons même, et c'est bon signe, sur les plates-bandes du tourisme puisque nous sommes capables de donner envie à un client de séjourner dans la dite ville ou région pour y rencontrer un artisan, un musée ou un édifice méconnu qui s'inscrit dans l'histoire de notre patrimoine à la fois gastronomique et historique. Nous suscitons certes l'envie à l'intérieur de notre maison mais bien au delà. Sans en prendre vraiment conscience, ne devenons-nous pas alors les ambassadeurs de cet art de vivre à la Française que nous envie le monde entier ?

■ **Pascal Aubrée, professeur de restaurant au Lycée René Auffray Clichy et animateur pédagogique du documentaire Les Fables de Monsieur Aubrée**

## La formation : infos pratiques

### La V.A.E\*. en 5 étapes

#### S'informer :

Pour assister à une réunion, envoyez une lettre de motivation et un C.V. et une enveloppe libellée à vos nom et adresse au dispositif académique de validation des acquis de l'expérience de l'Éducation Nationale (Dava) de votre académie (adresses ci-contre).

#### Se faire conseiller :

Un conseiller du Dava analyse avec le candidat le diplôme correspondant aux activités qu'il exerce. Il vous remet le dossier de V.A.E.

#### Entretien et accompagnement :

Cette phase de conseil se déroule sous la forme d'un entretien individuel avec un spécialiste du diplôme visé et un conseiller du Dava. Il s'agit de sélectionner les éléments pertinents de l'expérience professionnelle du candidat de façon à l'aider à élaborer le dossier V.A.E., qui sera examiné ensuite par le jury. Cette prestation donne lieu à une facturation.

#### Élaboration du dossier :

Description des activités professionnelles à l'aide d'un questionnaire : contexte de travail, activités et tâches réalisées, outils utilisés, degré d'autonomie et de responsabilité.

#### Remise du dossier au Dava :

Le Dava procède à la recevabilité administrative de l'inscription à la V.A.E. Il transmet le dossier au service des examens chargé de l'organisation des jurys.

#### Entretien avec le jury :

C'est un échange complémentaire sur le contenu du dossier et sur les activités professionnelles du candidat. Décision du jury C'est lui qui prend la décision de l'octroi ou non, total ou partiel, du diplôme demandé. Le Siec\* informe le candidat de la décision du jury et lui adresse les résultats de la délibération.

\* Service inter académique des examens et concours : [www.siec.education.fr](http://www.siec.education.fr)

\* Ndlr : V.A.E. : Validation des Acquis par l'Expérience

## A savoir

### Fin de la procédure de la V.A.E.

Les unités obtenues sont valables 5 ans. Il reste au candidat à compléter ce parcours de validation en présentant les épreuves manquantes. Pour qui ? Toute personne pouvant justifier d'au moins 3 ans d'activité professionnelle en rapport direct avec le diplôme visé. Pour quels diplômes ? Ceux de l'Éducation nationale du niveau V au niveau III. À qui s'adresser ? Aux centres d'information V.A.E. (enseignement scolaire - diplôme professionnel à bac + 2) [www.eduscol.education.fr/D0077/carte-acad.htm](http://www.eduscol.education.fr/D0077/carte-acad.htm)

Pour les diplômes de l'enseignement supérieur, aux centres d'information V.A.E. par université [www.dep.u-picardie.fr/confdir/vae/visit-annu/annuairevisit.htm](http://www.dep.u-picardie.fr/confdir/vae/visit-annu/annuairevisit.htm)

#### Nice (06)

Dava  
24 av. des Diables bleus  
06357 Nice CEDEX 4  
Tél. : 04 92 00 13 17  
Fax : 04 92 00 13 48  
[validation.acquis@ac-nice.fr](mailto:validation.acquis@ac-nice.fr)  
[www.ac-nice.fr/vae](http://www.ac-nice.fr/vae)

#### Aix-Marseille (13)

Dava  
LT Vauvenargues  
60 bd Carnot  
13625 Aix-en-Provence  
Tél. : 04 42 21 00 21  
Fax : 04 42 21 94 99  
[daven.dt@ac\\_aix-marseille.fr](mailto:daven.dt@ac_aix-marseille.fr)  
[www.ac-aix-marseille.fr](http://www.ac-aix-marseille.fr)

#### Caen (14)

Rectorat-Dava  
168 rue Caponière  
BP 6184  
14061 Caen CEDEX  
Tél. : 02 31 30 15 47  
Fax : 02 31 86 79 28  
[dava@ac-caen.fr](mailto:dava@ac-caen.fr)

#### Dijon (21)

Lycées les Marcs d'or  
24 rue du Fort de la Motte Giron  
21000 Dijon  
Tél. : 03 80 41 08 32  
Fax : 03 80 42 09 90,  
[dava@ac-dijon.fr](mailto:dava@ac-dijon.fr)  
[www.ac-dijon.fr/dafo/dava/vap/bienvenu.htm](http://www.ac-dijon.fr/dafo/dava/vap/bienvenu.htm)

#### Besançon (25)

GIP-FCIP-Dava  
45 av. Carnot  
25030 Besançon CEDEX  
Tél. : 03 81 65 74 71  
Fax : 03 81 65 74 60  
[dava@ac-besancon.fr](mailto:dava@ac-besancon.fr)  
[www.dava-besancon.fr](http://www.dava-besancon.fr)

#### Toulouse (31)

Dava  
1 allée des Pionniers de l'aérospatiale  
31400 Toulouse  
Tél. : 05 62 47 69 78  
[www.ac-toulouse.fr/communication/livreaccueil/formation2.htm](http://www.ac-toulouse.fr/communication/livreaccueil/formation2.htm)

#### Bordeaux (33)

GIP FCIP Dava  
Lycée A. Kastler  
2 av. de l'Université  
BP 73  
33405 Talence CEDEX  
Tél. : 05 56 84 41 08  
Fax : 05 56 84 41 11  
[dava@ac-bordeaux.fr](mailto:dava@ac-bordeaux.fr)  
[www.forma-plus/dispositif-academique.htm](http://www.forma-plus/dispositif-academique.htm)

#### Montpellier (34)

Rectorat Dafo  
Parc du Millénaire  
465 rue Alfred Nobel  
34000 Montpellier  
Tél. : 04 67 15 82 56  
Fax : 04 67 15 82 58  
[dava@ac-montpellier.fr](mailto:dava@ac-montpellier.fr)  
[www.ac-montpellier.fr/services/offre-de-formation/vap](http://www.ac-montpellier.fr/services/offre-de-formation/vap)

#### Rennes (35)

Rectorat-Dava  
6 rue Kléber  
35000 Rennes  
Tél. : 02 99 25 11 77  
Fax : 02 99 25 11 90  
[ce.dava@ac-rennes.fr](mailto:ce.dava@ac-rennes.fr)  
[www.ac-rennes/ensform/formad/cdava.htm](http://www.ac-rennes/ensform/formad/cdava.htm)

#### Grenoble (38)

Dava  
10 rue Paul Janet  
38000 Grenoble  
Tél. : 04 76 23 42 24  
Fax : 04 76 43 75 19  
[dava@ac-grenoble.fr](mailto:dava@ac-grenoble.fr)  
[www.ac-grenoble.fr/dafo/dava](http://www.ac-grenoble.fr/dafo/dava)

#### Nantes (44)

Sava  
8 rue du Général Marguerite  
BP 43516  
44035 Nantes CEDEX  
Tél. : 02 51 86 31 60  
Fax : 02 51 86 31 69  
[dafpic.sava@nantes.fr](mailto:dafpic.sava@nantes.fr)



# A quand la fin du conflit des générations ?

La génération Y, une invention des sociologues ? Pas vraiment. Car il n'y a pas de fumée sans feu. Né d'observations et du conflit des générations, le terme Y désigne les individus nés approximativement entre 1980 et 1995. L'origine de ce nom a plusieurs attributions. Pour les uns, il vient du « Y » que trace le fil de leur lecteur MP3 sur leur torse. D'autres diront que ce nom vient de la génération précédente, baptisée génération X. Enfin, bon nombre l'associent à la phonétique anglaise de l'expression why ? en anglais signifiant « pourquoi ». On peut trouver par ailleurs l'expression « digital natives » ou « net generation » outre-Atlantique pour qualifier une génération ultra-connectée qui aurait grandi dans un monde assurant le règne de l'ordinateur, du jeu vidéo, du Net et des réseaux sociaux.

## Née sous Y

Je suis une « Y, comme ils disent »... Nous avons aujourd'hui entre 25 et 30 ans, et vous comme moi, sommes catégorisés dans cette Génération Y. Nous sommes les fameux natifs du numérique, de véritables électrons libres, intuitifs, au potentiel créatif débordant. Avec notre grande faculté d'adaptation, nous sommes multitâches, bricoleurs, papillonnants d'une envie à une autre sans les approfondir. Notre bien-être est devenu une de nos priorités ; et afin de le préserver, nous ne nous engageons pas sur le long terme.

## Nous et nos aînés

Sans jamais trop nous dévoiler, ni nous exposer, nous avons tout de même soif de réussite, mais à notre manière. Nos aînés se sont beaucoup battus pour défendre et améliorer leurs conditions de travail, de vie. Ils y ont laissé beaucoup d'eux-mêmes, et pourtant le chômage n'a jamais été aussi haut et le moral des travailleurs aussi bas. Que d'exemples, de ces hommes et de ces femmes, qui après 40 ans de tâches ingrates -boulonner un boulon-, -vérifier l'opercule d'un yaourt-, se retrouvent débarqués, du jour au lendemain, après le rachat mondialiste de leur usine. Oui, nous compatissons, mais, non, désolé, cela ne nous donne pas envie ! Notre carrière professionnelle se fait à l'horizontale et non plus à la verticale, en passant d'un domaine de compétence à un autre.

## L'exigence des Y

Nous restons ambitieux mais l'ascension de la pyramide hiérarchique n'est pas notre objectif prioritaire. Nous voulons tout, et plus : « tout-savoir », « tout-faire », « tout-explorer », mais pas dans n'importe quelles conditions. Nous voulons comprendre, comprendre le pourquoi, avant d'exécuter... Avant de penser à transmettre un héritage professionnel aux générations à venir, nos préoccupations sont quotidiennes, on se bat pour soi, pour s'en sortir, pour exister, pour une certaine reconnaissance aussi. A quoi bon demain, si aujourd'hui je n'y arrive déjà pas ? Nous apprenons de, et avec, notre époque, tout va vite, très vite, trop vite ? Ce qui était -high-tech- hier est déjà devenu -has been-, et malgré notre faculté d'adaptation, nous sommes emportés par le temps qui file, plus vite ? Trop vite ? Je reprends le questionnement de Jean-Luc Frusetta qui cite souvent monsieur Denis : « Comment la Génération du Grand Bleu, les X, peut-elle communiquer avec la Génération Avatar, les Y ? ». Nous les Y, avant de nous engager, nous souhaitons connaître nos droits avant d'en accepter les devoirs. Fini de nous entendre dire « c'est

comme ça et pas autrement et si t'es pas content ... ».

## Les Y, des émos\* ?

Nous avons besoin de relations humaines sincères et constructives, d'un encadrement respectable et respecté, permettant l'épanouissement de l'individu afin de développer pleinement notre envie de nous investir. Le message que j'ai envie de faire passer à la Génération X est le suivant : apprenez à nous connaître et acceptez ce que vous avez fait de nous ! Ne nous considérez pas comme des assistés mais comme vos assistants. Nous savons que notre profession de service nécessite des qualités exceptionnelles d'endurance tant physiques que mentales. Nous savons qu'il faut « travailler plus pour gagner plus », qu'il nous faut tenir nos engagements pour nous faire une place dans ce monde du travail même au delà de -35h- par semaine. Nous savons qu'il faut suivre les évolutions de la société mais aussi continuer à se battre pour les causes qu'ont défendues les générations précédentes. Nous vous remercions d'avoir su nous transmettre vos valeurs, vos envies, vos passions. Nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris conscience de la nécessité d'une remise en question sur les thèmes suivants : parité homme/femme, prise en considération d'une mixité sociale positive, insertion des personnes à handicap, développement durable, commerce équitable, démarches écologiques et sociétales...

**Cartésien ou mathématicien, la règle du bon sens est la même :**

**X + Y = Savoir, Être et Transmettre**

**Claire Sonnet, Manager de restaurant (Ecole Grégoire Ferrandi, Paris)**

(\*Ndlr : « Emos » désigne une génération culturelle en train d'émerger à la suite de la génération Y. Appelée aussi les « Echo-Boomers » ou les « Z »).

## GENERATION



# BRA Tendances restauration

BOISSON RESTAURATION ACTUALITES



UN AN (9 NUMÉROS)  
**28€ TTC**  
au lieu de 36€\*  
(\*prix de vente au numéro)

# Le magazine 100% tendances

Le seul magazine professionnel qui donne des informations sur les **tendances** et les nouveaux **concepts** de restauration

- en **restauration commerciale chaînée** (rapide et tablée, thématique...)
- en **restauration indépendante contemporaine** (brasseries, néo-bistrot...)
- ainsi que pour **le monde du bar et de la nuit**

## B.R.A. Tendances Restauration réunit

- des informations économiques
- des fiches produits
- des dossiers de fond
- des reportages terrain
- des portraits de professionnels
- des expertises management

## Retrouvez chaque mois notre dossier central et nos rubriques :

- Tendances Marchés • Tendances Concepts
- Tendances Événements • Tendances Fournisseurs
- Tendances Gestion

Où que vous soyez, ayez le cyber-réflexe  
**www.bra-tendances-restauration.com**  
Inscrivez-vous à la newsletter et consultez les archives.

« Nous ne sommes pas propriétaire du goût des autres ! »

Club Gastronomique de l'Association des Parents des Lièvres

BULLETIN D'ABONNEMENT

- OUI,**
- je m'abonne pour **un an** (soit 9 numéros) au magazine «BRA Tendances Restauration» au prix de **28 euros TTC** (TVA 2,10%). Tarif étranger : 40 euros
  - je m'abonne pour **2 ans** (soit 18 numéros) au magazine «BRA Tendances Restauration» au prix de **47 euros TTC** (TVA 2,10%).
  - Offre découverte **6 mois** (5 numéros) au magazine «BRA Tendances Restauration» au prix de **17 euros TTC** (TVA 2,10%). Valable seulement pour un nouvel abonnement.

- Je vous adresse ce bulletin en joignant mon règlement par chèque à l'ordre des Editions de la RHF
- Virement CCP 1499-74 W Paris
- Je souhaite recevoir une facture

Date et signature obligatoires : \_\_\_\_\_

### SOCIÉTÉ OU ÉTABLISSEMENT

- Café - Bar
- Brasserie
- Restaurant traditionnel
- Hôtel - Restaurant
- Entrepotitaire
- Chaîne de restauration
- Discothèque
- Autre : .....

Les établissements publics peuvent nous adresser, accompagné de ce bulletin, un simple bon de commande. Une facture leur sera envoyée à réception.

### VEUILLEZ TROUVER CI-DESSOUS MES COORDONNÉES

Nom \_\_\_\_\_

Prénom \_\_\_\_\_

Etablissement/société \_\_\_\_\_

Titre ou fonction \_\_\_\_\_

Adresse  professionnelle  personnelle

N° \_\_\_\_\_ Rue \_\_\_\_\_

Code postal \_\_\_\_\_ Ville \_\_\_\_\_

Tél. \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_

email \_\_\_\_\_





© ciempiesmf - Fotolia.com

## Le « service » dans toutes les langues ?

Le sens du mot service ? Vaste en France, il prend aussi de nombreuses significations au-delà de nos frontières. Sur la scène internationale, la gastronomie française et le service afférent doivent pouvoir tirer leur épingle du jeu. En bénéficiant du rayonnement et de la médiatisation que l'on sait, les chefs peuvent se faire les ambassadeurs de leur cuisine et du service en salle.

Un rapide tour d'horizon via les témoignages de professionnels...

### Porter le bon regard

« L'art du service est une mise en scène où tout doit être orchestré, ciblé, défini. Il y a le côté matériel de la mise en place où tout est délicatement posé, aligné. S'ajoute l'aspect décoratif dont le raffinement met en avant la qualité des matériaux, les nappages, l'argenterie, la vaisselle signée ou dessinée par un artiste, la verrerie élégante et adaptée à la dégustation, puis viennent les compléments du décor : fleurs, photophores, objet artistique... Cette mise en scène, qui semble figée, prend vie avec les acteurs du service. Ils sont Commis de suite, hôtesse, chef de rang, sommelier, maître d'hôtel... ou bien directeur et ils forment l'équipe de salle. De façon souvent théâtrale, ces derniers doivent parfaitement maîtriser l'ordonnancement des services dans un état d'esprit empreint de qualités naturelles : humilité, gentillesse, discrétion, politesse, réactivité, intuition, communication, sens du partage, sans oublier une bonne connaissance des langues étrangères. Les responsables de la salle du restaurant doivent générer une ambiance, une complicité détendue sans pression et sans stress. Dès lors, un climat de confiance, de respect

et de partage s'installe, propice au bon accueil et bon accompagnement de la clientèle. Le professionnalisme et l'expérience d'une équipe se révèlent efficaces quand, en salle, les échanges se font par un simple regard. Notre travail consiste également à véhiculer des messages en mettant en avant la cuisine du chef. Pour cela, nous devons bien maîtriser la composition des recettes ainsi que la connaissance des produits et leur histoire. La communication avec le client, pour le descriptif d'un plat, doit rester brève et fluide en y ajoutant une diction poétique. L'emploi du vocabulaire évolue car on ne parle plus de sauce mais de jus, de jus foisonné, d'émulsion ; et on utilise le mot « note » pour définir des nuances d'arômes. Ces moments, de partage et d'échanges avec de simples clients ou des personnalités reconnues, se traduisent souvent par des compliments. Cela génère une énergie positive qui nous encourage à avancer, chaque jour, un peu plus loin ».

Christian David,  
Directeur du restaurant Le Grand Véfour

## Savoir rebondir à l'étranger

« Il faut profiter de la médiatisation actuelle de la cuisine française, par ses ambassadeurs que sont les chefs. Profiter de cette opportunité de parler des métiers de la restauration : de la cuisine, de la pâtisserie et de la salle comme étant trois métiers en totale connexion. Renforcer cette indispensable complicité inter professionnelle. Développer une autre image que celle du serveur déposant devant le client une assiette sans envie et sans passion ».

Christian David,  
Directeur du restaurant Le Grand Véfour

© 3dstock - Fotolia.com



## La véritable valeur du pourboire

Qu'il se fasse appeler « dringuelle » en Belgique, « bonne main » en Suisse, « bakchich » au Maghreb ou « gratification, tips » en Grande-Bretagne, le pourboire reste cette somme d'argent spontanément offerte par un client/consommateur satisfait d'un service reçu. « Un client qui me donne 100€ pour avoir une table, je le refuse », confie Denis Courtiade, Directeur de salle au Plaza Athénée. « On n'achète pas un service, on le récompense ! ». Après coup. Sauf aux Etats-Unis où la notion de « service compris » n'existe pas. Charge au client de calculer (!) et de régler en sus 15% de l'addition...

Extrait du Magazine Etoile avril-mai 2011. Par Emmanuelle Polle, journaliste

## 35 bougies et l'amitié franco-allemande cimentée

L'axe franco-allemand mis à l'honneur pour le 35<sup>ème</sup> anniversaire du Club des Chefs des Chefs, c'est arrivé ! Trente-cinq ont passé depuis sa création à Collonges au Mont d'Or chez Paul Bocuse, en 1977 ! Mais c'est toujours guidé par cette passion du métier et le goût du partage que le Club des Chefs des Chefs se réunira cette année dans deux grandes capitales européennes : Paris et Berlin. Association gastronomique prestigieuse créée par Gilles Bragard, couturier des cuisiniers et de l'hôtellerie internationale, elle regroupe plus d'une vingtaine de chefs cuisiniers de chefs d'Etat du monde entier. Hommes et femmes de l'ombre, convaincus que de bonnes relations entre chefs d'Etats passent d'abord par de bonnes tables, les chefs cuisiniers font partie des incontournables proches qui œuvrent auprès des grands dirigeants de ce monde. A l'instar de l'art de la table, c'est également l'art de la diplomatie qu'ils manient au quotidien.

Les toqués se sont retrouvés à Berlin et à Paris durant la période estivale.

Pour leur séjour parisien, naturellement le Club des Chefs

des Chefs a choisi l'hôtel Plaza Athénée, membre de la Dorchester Collection : sa localisation, son esprit parisien raffiné mais également sa haute cuisine, dirigée par le grand chef Alain Ducasse, en font un lieu tout désigné pour ce club désireux de découvrir la gastronomie et le «savoir-recevoir» français !

On ne doute pas que l'expérience se renouvellera très bientôt avec certainement d'autres pays partenaires...





# Réflexion sur la gastronomie



© Chariclo - Fotolia.com

« Si le respect est réciproque, à un instant «T», la dimension humaine prend le dessus sur la relation commerciale maître d'hôtel/client. »

Denis Courtiade

### Amour du plat et de la table

Hélène, que j'adorais, se révélait épicurienne et me faisait partager ces premières sensations. Ensuite, le souvenir des départs en vacances d'été, dans une petite voiture où, atteindre la Bretagne prenait la forme d'un périple puisque les autoroutes n'existaient pas encore et il fallait une journée pour rejoindre l'étape finale. Ces chemins de traverse me procuraient un plaisir indicible tant le paysage varié éveillait mon imagination. Puis j'ai connu la tenue réservée du dimanche – dont j'ai parfois souffert – mais aussi le déjeuner dominical où je découvrais le rituel du flacon de vin sélectionné avec soin pour accompagner le repas et où je me familiarisais avec les notions de terroir et de cru. Mon père me permettait, ce jour là, de déguster l'unique verre de vin qui participait à mon éducation. J'ai intégré l'Ecole Hôtelière de Paris, avec l'idée que ma courtoisie et mon intérêt pour les mets et vins me prédisposeraient aux métiers de la restauration. Je découvrais enfin un univers qui me passionnait.

### L'art de la table sublime le plat

Trois années d'études, le bac en poche, les Etats-Unis, la Suisse pour expérience professionnelle. Puis l'opportunité de devenir enseignant. Enfin transmettre... à la fois des connaissances et le fruit d'une passion : les Arts de la

### Réflexion sur la répartition des rôles

« Le fait de travailler dans un établissement, où la hiérarchie n'existe pas, retire beaucoup de contrainte et laisse place à un véritable épanouissement. Et bien que je sois en décalage avec la tradition du service à la française, j'ai quand même le sentiment de toujours faire le même métier, mais d'une façon beaucoup plus démocratique ».

Romain Cousot, Directeur de salle au restaurant Noma Danemark

### Le feu sacré

Mes racines puisent leur source au plus profond dans cette verdoyante mais pluvieuse Normandie dans le département du Calvados. De mon enfance, les premières images qui me reviennent en mémoire sont souvent diffuses mais cependant avec des flashes parfaitement nets. Comme le souvenir de ma grand-mère maternelle, Hélène, aussi douce et fondante que la coupe glacée éponyme, s'affairant en cuisine. Moi, dans ses jambes, curieux d'humer et de goûter les préparations en cours, simples mais délicieusement parfumées.

Table. Se situer à la croisée des chemins et tenter de déclencher chez ces adolescents encore bruts de forme au moins un intérêt, une envie, au mieux le « feu sacré ». Tenter d'apporter ma pierre à l'édifice, les conforter dans leur choix et dessiner leur avenir. Pour que la magie opère, professionnels des Métiers de Bouche et des Arts de la Table œuvrent en commun et donnent naissance à la gastronomie française – quête infinie, recherche permanente de la qualité ultime et de la perfection, passion hédoniste et plaisir à partager – qui devient un acte culturel de haute civilisation que nous envie le monde entier.

### Souhait de parité

Il n'empêche que, de nos jours, l'acte culinaire, clairement identifié et prédominant, tend à réduire et occulter celui du service – Arts de la Table – tout aussi abstrait, complexe et exigeant si il est exercé au même degré de noblesse. Le chef décortique l'univers du produit alors que le maître d'hôtel celui de l'âme humaine pour mieux répondre aux besoins complexes du convive. Cette recherche d'équilibre et de collaboration complice participe, à mes yeux, au bien-être et au plaisir du client. Titiller sa curiosité, susciter son intérêt, le tenir en haleine sur un produit ou un lieu de visite méconnu, c'est lui donner envie de parcourir la France, s'émerveiller des richesses de notre terroir et toucher enfin du doigt l'envie que provoque à l'étranger la découverte de notre pays de cocagne.

Pascal Aubrée, professeur de restaurant au Lycée René Auffray Clichy et animateur pédagogique du documentaire Les Fables de Monsieur Aubrée

# Industrie Hôtelière

Le Magazine de référence des patrons indépendants de cafés, hôtels et restaurants

REJOIGNEZ DÈS MAINTENANT NOS ABONNÉS POUR

TARIF SPÉCIAL POUR UN AN **19€ TTC** seulement



Recevez les 9 numéros par an + 1 hors série Et accédez de façon illimitée aux éditions Web et à une précieuse base de données de plus de 8 000 articles sur [www.industrie-hoteliere.com](http://www.industrie-hoteliere.com)



### UN OUTIL AU SERVICE DE VOTRE ENTREPRISE

Tenez-vous informé de toutes les évolutions de votre métier pour prendre les bonnes décisions au bon moment !

### MAÎTRISEZ TOUTE L'INFO DE VOTRE ACTIVITÉ GRÂCE À :

- Nos reportages sur les professionnels de l'industrie hôtelière,
- Des analyses statistiques exclusives
- Des fiches pratiques juridiques, fiscales, sociales
- Des dossiers de fond sur les enjeux de la profession
- Et toutes les informations claires sur les faits marquants du mois, les nouvelles technologies et matériels, mises à jour quotidiennement sur le site web.

BULLETIN D'ABONNEMENT

OUI,  Je m'abonne pour 1 an (soit 9 numéros + le numéro hors série) au magazine Industrie Hôtelière » au tarif préférentiel de 19 euros TTC  Je m'abonne pour deux ans (soit 18 numéros + 2 numéros hors série) au magazine Industrie Hôtelière » au tarif préférentiel de 35 euros TTC Tarif étranger : 31 euros pour 1 an

### MON RÈGLEMENT (France métropolitaine en euros TTC)

- Je vous adresse ce bulletin en joignant mon règlement par chèque à l'ordre de la SEDIH
- Je souhaite recevoir une facture

Date et signature obligatoires :

### SOCIÉTÉ OU ÉTABLISSEMENT

- Hôtel/Hôtel-Restaurant  Bar/Discothèque
- Café-restaurant  Divers (précisez)
- Restaurant

### VEUILLEZ TROUVER CI-DESSOUS MES COORDONNÉES

Nom .....  
 Prénom .....  
 Etablissement/société .....  
 Titre ou fonction .....  
 Adresse  professionnelle  personnelle  
 N° ..... Rue .....  
 Code postal ..... Ville .....  
 Tél. .... Fax .....  
 email .....

Les établissements publics peuvent nous adresser, accompagné de ce bulletin, un simple bon de commande. Une facture leur sera envoyée à réception.

HS salle 2013

Bulletin à retourner à INDUSTRIE HÔTELIÈRE, Service abonnements : 9, rue Labie, 75838 Paris Cedex 17. [abo@lechef.com](mailto:abo@lechef.com) - Fax : 01 45 74 01 03 - [www.industrie-hoteliere.com](http://www.industrie-hoteliere.com)





© Pierre Moneta

## Entretien avec un gourmand non-professionnel

*Hospitalité et service. Entrer dans un restaurant, c'est de fait solliciter l'hospitalité. Celle du chef ou du restaurateur, et évidemment celle du personnel. Cette hospitalité-là s'apparente plutôt à un devoir et elle aura tout naturellement sa contre partie de la part du client. Elle n'est évidemment pas de même nature que l'hospitalité qui était donnée et offerte autrefois au voyageur ou au pèlerin. Cette différence pourrait limiter l'accueil et le service du client à leur dimension strictement professionnelle. Or, ils doivent comporter aussi une dimension sentimentale, au-delà de la simple politesse.*

C'est d'ailleurs le bon équilibre entre ces deux dimensions qui contribue largement à la qualité de cet accueil et de ce service. D'un côté : l'efficacité, sans fautes, la compétence et de l'autre : la chaleur, la cordialité et la complicité. Un service trop professionnel est souvent synonyme de service trop distant, trop cérémonieux. Dans ce cas, le client ne fera pas de cadeau s'il constate la moindre faiblesse, la moindre faute. Au risque parfois de perdre le sens de la mesure et de l'objectivité. Une excuse, un sourire, un mot gentil, et l'on pardonne aisément.

### Fautes de goût...

Dans un des plus prestigieux « trois étoiles », je me suis amusé un jour de voir posée la tasse à café devant moi... Mais à côté de la petite soucoupe ! J'avais tout simplement vu le rouge monter aux joues d'une jeune et charmante jeune fille venue s'excuser après sa méprise. Dans un autre « trois étoiles », un maître d'hôtel me servit un deuxième vin blanc dans le verre qui en avait contenu un premier. Il s'en aperçut très vite, hésita une seconde puis continua à verser. Sans daigner s'excuser. Autre comportement du service, et bien entendu autre comportement de ma part. A l'inverse, si le service est trop familier, s'il s'affranchit de toute distance, alors il sera difficile de préserver le respect réciproque, si nécessaire entre le client et le service.

### Juste milieu

Il y a d'autres bons équilibres à trouver dans les métiers de service : le bon équilibre entre un apport convenable et raisonnable de connaissances au moment de la composition du menu et du choix des vins et la tentation

d'aller bien au-delà, de se faire plaisir à bon compte, de mettre le client en état d'infériorité en utilisant des termes obscurs et prétendument scientifiques. Il y a quand même de la marge entre un service quasi muet et un service excessivement bavard. Je ne veux dénoncer aucune corporation en particulier mais certains sommeliers (les plus jeunes sont souvent les plus redoutables) peuvent littéralement vous saouler... Avant même de vous avoir versé la première goutte ! Ils ne devraient pas l'oublier : la véritable compétence du sommelier s'apprécie dans le verre et c'est le client qui juge en définitive si le breuvage est en rapport avec le ramage. - le bon équilibre entre le rôle injustement sous-estimé du service de salle et le même rôle parfois surestimé. Injuste évidemment de sous-estimer le fait de créer une ambiance favorable au plaisir de la dégustation et d'exploiter toutes les ressources de la cuisine au bénéfice du client.

### Duo gagnant

Car c'est ce qui permet de donner la dimension suprême au bonheur d'être à table, gage d'un souvenir inoubliable. Cela suppose que le duo chef/directeur de salle soit harmonieux, le second devant être le premier client du premier, le meilleur aussi, comme me l'a dit pour lui-même Denis Courtiade, expert dans l'art de magnifier la cuisine des chefs successifs du Plaza Athénée. A l'inverse, il m'est arrivé d'observer des attitudes et/ou d'entendre des propos de tel ou tel directeur de salle (ou maître d'hôtel) qui se prenait manifestement pour l'égal du chef. Ce qui faisait évidemment un chef de trop. En plus de devoir maintenir plusieurs équilibres, les métiers de service doivent avoir,

*« J'avoue m'être trompé, pensant que la chimie pouvait conduire à l'alchimie... La cuisine moléculaire est éphémère alors que la cuisine du XXIe doit redéfinir la créativité par l'authenticité. »*

**Marc Veyrat,**  
Chef de cuisine

en outre, d'autres qualités pour atteindre la perfection : - l'intuition qui permet de devancer l'attente du client gourmand, par exemple en lui proposant spontanément un peu plus de garniture, un peu plus de sauce... La dégustation peut vraiment en être sublimée.

### Conseils avisés

Eviter de rendre perceptibles aux yeux du client (évidemment mal à l'aise) des tensions internes au service est judicieux. Comme ne pas réserver un traitement ouvertement et exagérément privilégié à certaines tables, à tel ou tel critique gastronomique par exemple. Tous ne sont pas très gourmands, ni très respectueux du personnel - et surtout, qualité primordiale s'il en est, savoir s'adapter au client comme un enseignant doit savoir s'adapter à son auditoire. Dans le contenu de l'échange, dans le ton aussi. Réunir toutes les exigences de qualité qui précèdent au sein d'une même équipe de salle, autrement dit rencontrer la perfection, peut sembler tenir du miracle. Eh bien, il m'est arrivé de la rencontrer finalement assez

souvent. On l'apprécie tout particulièrement lorsque l'on est venu seul et lorsque l'on a un peu honte de voir tel ou tel client manquer de toute considération, voire se comporter comme un goujat. De quoi témoigner alors de sa reconnaissance et de son admiration.

### La vérité toute nue

La vérité m'oblige à dire qu'une cuisine sublime n'a pas toujours réussi à me faire oublier telle ou telle faiblesse dans le service. Inversement, j'ai pu classer inoubliable un repas au cours duquel la cuisine fut sublime à epsilon près mais où le service fut absolument parfait à tous égards et de bout en bout. Quand à dire ce que devrait être le « service de demain », je n'ai qu'un vœu à formuler : puisse-t-il garder les mêmes critères d'excellence qu'aujourd'hui. Manque d'imagination sans doute ! A moins que je ne me sois habitué à être si bien traité....

**Théophile Vittet,**  
après son 745<sup>ème</sup> repas "trois étoiles"

## Pas de place pour l'improvisation

*« Eric, il y a une poularde à découper à la table 7 ». J'aime ce moment ! Ce moment où le service va jouer son vrai rôle à valeur ajoutée quand il s'applique à la finition d'un plat. Moment où le geste est étudié, scruté, décortiqué dans ses moindres détails par le client attentif. L'erreur n'est pas tolérée, car c'est toute une salle qui vous regarde. Moment également privilégié où vous allez transmettre votre savoir aux plus jeunes.*

Ce soir là, comme d'habitude, je raconte à mes clients comment celle-ci se prépare, de quelle région elle provient, comment je vais la découper, et je fais monter le suspense. Je leur demande de bien se préparer à sentir le parfum de cette magnifique truffe noire du Périgord et de cette poularde cuite au bouillon... Voilà, je soulève délicatement le couvercle de ma marmite en cuivre et là, surprise, rien, pas de fumet, pas de poularde, seulement une marmite vide.

### Surprise du chef

On a oublié d'y mettre la bête. Les clients étonnés sourient, et moi, le regard hébété, j'ai la tête en ébullition... Il me faut, en une micro seconde, trouver une parade car renvoyer la marmite en cuisine ne suffit pas. Les clients attendent un mot, une explication acceptable. Cette situation est évidemment embarrassante pour tout le monde, mais je me dois de trouver une réponse rapide afin d'éviter de voir se dessiner un mécontentement. C'est là qu'intervient le professionnalisme. Cette anecdote reflète bien une des facettes de notre métier. A cette seconde précise, le temps presse, le stress monte, mon souffle s'accélère, ma bouche se dessèche. Je dois improviser une réponse claire, une explication honnête qui devra satisfaire nos clients sans dévaloriser

le travail de mon équipe de cuisine et de salle.

### Affronter toutes les situations

Mon conseil ? Dire la vérité, et c'est ce que j'ai fait : « Nous nous sommes trompés de marmite, ou bien de route ? Je ne sais pas ! Mais rassurez-vous, je vais de ce pas me renseigner et revenir à vous rapidement ». Tel un acteur de théâtre, je me dois de faire face à l'imprévu, car il est impensable d'arrêter la pièce au moindre incident... Et pour cela, rien de mieux que de puiser au fond de soi la sérénité nécessaire acquise au fil de l'expérience. L'art du service réside souvent dans le détail d'une écoute attentive ; d'une envie de laisser le souvenir d'un moment heureux passé avec notre client. D'ailleurs, je ne considère pas recevoir un client, mais un « proche ». Je suis heureux quand ce dernier quitte le restaurant en me serrant la main et qu'il me demande mon prénom. C'est une forme de remerciement. N'oublions jamais que nous sommes des « Marchands de Bonheur ».

**Eric Rousseau,** Directeur du restaurant  
Relais Bernard Loiseau



© Pierre Moneta







© Aik - Fotolia.com

## Harmonie à quatre mains

*En s'appuyant sur notre expérience, nous allons démontrer que la relation salle-cuisine peut être parfaitement saine si elle s'exerce dans le respect mutuel des deux métiers. Les collaborateurs doivent mieux communiquer entre eux et échanger davantage. De ces rapports privilégiés naissent une meilleure harmonie dans le travail et une plus grande cohésion dans l'accomplissement des objectifs. Nous nous sommes appuyés sur le symbole des contrastes ci-dessous en nous appropriant son image et sa philosophie « Yin et Yang » comme le principe suprême ou Tai Ch'i qui opère une succession continue de dilatations et de contractions.*

Dans sa phase active-expansive, le Yang ou essence positive intervient et dans sa phase passive-intensive, c'est le Yin (ou essence négative) qui prend place. La première sert à transformer et la seconde à unir. Il n'y a pas de Yang sans le Yin et vice versa. Leur interaction est permanente, comme le positif et le négatif, le pair et l'impair, le masculin et le féminin... « Yin et Yang sont inséparables et n'existent que l'un par rapport à l'autre. »

### Cuisine et salle en symbolique

A travers ces quelques écrits, nous avons imaginé que le Yang puisse être une interprétation symbolique des métiers de la cuisine et le Yin, l'interprétation symbolique des métiers de la salle et du service. Les deux entités ne peuvent fonctionner l'une sans l'autre. Les erreurs de l'une entraînent des conséquences sur l'autre et un déséquilibre de l'harmonie que forment ces deux parties. Dans la philosophie chinoise, le Yin et le Yang sont deux catégories en harmonie et sont complémentaires. L'on peut les retrouver dans tous les aspects de la vie et de l'univers. Le symbole du Yin et du Yang est bien connu dans le monde occidental depuis la fin du XXe siècle et représente communément les polarités opposées. Le Yin est associé à la Lune qui représente la part féminine de la nature. Le Yang est associé au Soleil qui représente la part masculine de la nature. Au sens littéral le Yin signifie : « sombre, comme le sud de l'eau ou le nord de la montagne » alors que Yang signifie « forte brillance ». Les points de couleurs opposées, appelés « biaoli » dans la médecine chinoise, rappellent que ces deux concepts sont liés, se succèdent mutuellement et que l'un existe dans le prolongement de l'autre. Concept Nous nous retrouvons donc dans un schéma typique de Yin et Yang où le Yang incarne la cuisine l'homme, la lumière vive, le feu, le blanc, l'extraversion... et le Yin, la salle la femme, la lumière tamisée, l'eau, le noir/sombre, l'introversion... La ligne de démarcation, séparant le blanc du noir, symbolise « le passe » de la cuisine. « Le passe », point de passage obligatoire, concentre toutes les tensions « de la relation » de nos métiers. La cuisine transmet à cet endroit précis,



via un mets, tous ses savoirs, aux acteurs des métiers de service. Elle « abandonne » par ce geste l'appartenance de sa réalisation et en confie son bon acheminement et son bon service aux employés du restaurant, et ce, hors de son champ visuel, de surveillance et de contrôle.

### Opposition et jonction

Les deux métiers sont en opposition, mais ils ont pour objectif commun de former une harmonie (le cercle/le rond) afin d'obtenir le résultat : la satisfaction du client ! De même forme et de même taille, le point blanc dans le noir et le point noir dans le blanc incarnent tous les deux une relation d'interpénétration. La cuisine a le sens de l'hospitalité, de la convivialité et de la générosité ; la salle a la connaissance nécessaire de l'art culinaire. Donc, même en relation d'opposition chacun porte en lui une part du métier de l'autre. Le Yin et le Yang ont pour fondamentaux « la transmission ». C'est une relation d'engendrement et de mutation de l'un en l'autre, comme par exemple lorsque le jour fait place à la nuit.

### Interdépendance

Dans nos métiers, l'un doit s'effacer afin de laisser « place » à l'autre, l'un est le prolongement de l'autre. « Un cuisinier ; cuisine / un employé de salle (serveur) ; sert... » Le respect du métier de chacun est essentiel, respecter les métiers c'est aussi respecter les hommes qui les exercent. Si l'une des parties ne respecte plus la philosophie du concept, cela a pour effet d'affecter directement l'autre partie et a pour conséquence, la rupture de l'harmonie. C'est donc une relation d'interdépendance, l'un ne se concevant pas sans l'autre ; l'excès ou la déficience d'un des deux, entraîne systématiquement des conséquences sur l'autre et un déséquilibre de l'ensemble. Notre conclusion Nous devons donc tous veiller à entretenir une bonne relation dans nos rapports « salle/cuisine » car l'un ne peut rien sans l'autre, ainsi, les métiers de la cuisine doivent être en parfaite harmonie professionnelle avec les métiers de service et vice et versa. Le Responsable de la salle et son homologue en cuisine, le chef, sont les garants de

cet équilibre d'interdépendance des deux métiers. Nous sommes convaincus qu'ils doivent tous les deux entretenir des relations professionnelles saines et respectueuses basées sur l'exemplarité. Nos divergences font notre force et celle de l'entreprise, elles nous permettent d'avoir une vision plus élargie, de prendre des décisions communes adaptées et des plus réfléchies. Il faut savoir tirer une force positive de cette relation

Pendant le coup de feu, la cadence s'accélérait, ce principe d'interdépendance et de bonne intelligence prend tout son sens, tendant à gommer les effets négatifs du stress pour ne laisser aux équipes que son action galvanisante.

■ **Corinne Hacquemand, professeur de restaurant à LTH Poligny (Jura) Et Denis Courtiade**

## L'héritage de nos aïeux

*Il fut un temps, sous l'Ancien Régime, où, affublé d'un bâton de vermeil, la personne, responsable de la Maison-Bouche du Roi, orchestrait de main de maître l'approvisionnement, la préparation et le service des nourritures et des diverses boissons. Il était connu comme étant le « Premier Maître d'hôtel du Roi ». Aux environs de 1655, un certain Fritz Karl Vatel, nommé maître d'hôtel par Fouquet, en véritable métronome, était un véritable épicerie dans l'organisation de dîner somptueux dans les grandes maisons bourgeoises françaises ce qui lui aurait valu, s'il n'avait pas douté d'un arrivage de la pêche par temps d'orage, de finir sa carrière auprès du Roi Soleil.*

En 1890, Frédéric Delair rouvre un endroit mythique parisien : La Tour d'Argent. Il y invente le -canard Tour d'Argent-, qui est encore célèbre de nos jours, puisque chaque pièce est numérotée (une des rares préparations de salle qui allie la technique du cuisinier et le savoir-faire et la gestuelle du maître d'hôtel).

### Années Glorieuses de la salle

Puis, dans les années 30, chez Maxim's, la salle revient à l'honneur avec, entre autre, le -steak au poivre-, mis en œuvre par Maître Albert qui embrase celui-ci avec du Cognac, devant des Clients séduits par ce spectacle flamboyant. En 1947, Claude Terrail, qui vient de succéder à son père à la Tour d'Argent, sera un grand -metteur en scène de la salle-, pointilleux, il veille aux moindres détails, du choix des plats au plan de la salle. Garant de la tradition -à la française-, on lui doit notamment la carte sans prix pour vous Mesdames. Dans les années 50, après un prestigieux parcours professionnel, René Lasserre organisera, dans son établissement, des galas des plus festifs et autres soirées qui marqueront bon nombre de mémoires par les fastes et le balai des Garçons de salle: les techniques précises et les finitions termineront d'émerveiller le tout Paris et la Jet Set internationale.

### Quand la TV s'en mêle...

En 1953, Raymond Oliver crée la première émission de télévision consacrée uniquement à la cuisine ; c'est un tournant important pour la profession, puisque l'art des grands chefs s'invite alors dans les foyers de toute la France. Les clients/télespectateurs vont, à partir de là, venir se restaurer en choisissant la cuisine d'un chef de renom; manière contemporaine d'afficher son statut social. Les guides culinaires, la presse écrite et télévisuelle, n'ont fait qu'accroître le phénomène de vedettariat de ces grands chefs. En salle, quelques irréductibles maîtres de -l'art du service- ont continué à exercer leur profession avec talent, Jean-Claude Vrinat, pour ne pas le citer, personnage central de salle chez Taillevent respecté unanimement. Monsieur Louis de chez Lasserre et bien

d'autres encore, plus contemporains, connus et moins connus comme Madame Loiseau (Relais Bernard Loiseau), Cathy Klein (L'Arnsbourg), François Pipala (Paul Bocuse), Denis Courtiade (Plaza Athénée), Wilfried Morandini (Le Meurice), Monsieur Michel et Madame Daniele (Auberge de l'Ill)...

### Attention à la gloire

Nous, les maîtres d'hôtel d'aujourd'hui, sommes garants de cet héritage professionnel transmis par nos aïeux. Cet héritage qu'il est de notre devoir de transmettre à notre tour. Rappelons quand même que la France à les meilleures écoles hôtelières du monde où des professeurs passionnés et convaincus enseignent le service à la française. Mais, les jeunes d'aujourd'hui veulent leur quart d'heure de gloire en s'affichant et en s'exposant grâce à internet. Ils veulent que le monde entier connaisse l'évolution de leur quotidien du lever au coucher. Aussi, est-il intéressant de constater que, dans leur choix d'orientation actuel, les jeunes professionnels de la restauration tendent à se diriger (environ les deux tiers) vers le tablier et la toque, au détriment du costume-cravate, pensant à coup sûr, pouvoir passer à la postérité télévisuelle dans un Top ou Master Chef! Et oui, les métiers de la salle ne font plus envie !!! Faisons rêver nos plus jeunes collaborateurs en leur racontant cette belle histoire d'un service de tradition où les préparations se réalisent à la table du client. Est-ce un turbot sauvage en croûte de sel ? Une côte de veau rôtie au foin ? Une volaille de Bresse cuite en vessie ? Un canard à la presse ? Ou bien une bouillabaisse fumante ? Peu importe, le maître d'hôtel parle au client, il met en avant le travail raisonné des producteurs et des régions. Le silence s'impose, le mets présenté est ensuite disposé sur le guéridon pour y être magnifié. Les clients, attablés et attentifs, admirent discrètement les gestuels de service. Oui, si le cuisinier est un réalisateur, il n'en reste pas moins que le maître d'hôtel en est le metteur en scène ainsi que l'interprète.

■ **Thierry Millet, M.O.F. 2011 (maître d'hôtel, du service et des arts de la table)**



© Pierre Moneta



## L'alimentation et le lien social



### L'Art français de la Table par l'Unesco

*Les intolérances ou les allergies gluten, lactose... Les modes alimentaires végétarien, végétaliens, véga, crudivorisme... Les troubles de l'orthorexie... Les interdits religieux et les régimes divers... Beaucoup de mangeurs « s'inventent une intolérance à la seule fin de se singulariser, dans l'espoir de se rendre intéressants ou pour conforter, via leur alimentation, une idéologie ou une éthique personnelle », disait Claude Fischler, sociologue et chercheur CNRS / EHESS... Plus personne (ou presque) n'est capable ou ne veut absorber les aliments que tout le monde mange. Chacun réclame un statut particulier alors que depuis la nuit des temps et dans toutes les civilisations, le repas pris en commun est l'un des fondements du lien social. Comment les gens peuvent-ils continuer à manger ensemble, alors qu'ils ne dégustent plus les mêmes choses ?*

Je souhaite tout d'abord faire l'éloge de M. Courtiade, de son professionnalisme, de sa prestance, de son extrême courtoisie, de sa politesse et de son dévouement à son métier. Toutes ces qualités font que je le considère un des meilleurs Directeurs de salle que j'ai connu. C'est à ce titre que l'AIG lui a accordé le grand prix de l'Art de la Salle en 2010.

#### Tour d'horizon international

Parmi les métiers de service, le métier de service en hôtellerie et restauration est des plus importants. Les prestataires de service sont en contact journalier avec la clientèle et à plusieurs reprises dans la même journée. En restauration, l'accueil aux Etats-Unis est plus décontracté. L'approche du client se fait sur une note de bienvenue avec le sourire du déjà vu et de l'amitié. Il faut dire aussi qu'aux USA le pourboire se base sur le service qu'offre à son client le serveur vu que le prix du service n'est pas inclus dans le montant de la facture; ceci a une influence énorme sur la qualité de ce service. L'européen est plus stylé ; il connaît mieux son métier mais il est plus froid. Il fait son métier sans excès de zèle. Je parle en général et dans les restaurants moyens. Les grands restaurants ont eux un personnel super stylé, que ce soit le directeur de salle ou le maître d'hôtel ou le chef de rang ou même le commis. Tous connaissent à la perfection leur métier. Parlons un peu de ce métier !

#### Le petit geste qui fait la différence

Un geste, un mot gentil, un bienvenu, un sourire, vous met immédiatement en confiance et à l'aise. Avec beaucoup de déférence, vous êtes traité comme « LE client de la

soirée ». Vous êtes installés avec gentillesse et égards. On vous laisse souffler, prendre le pouls de la salle, vous acclimater à votre entourage. Puis vient l'apéritif qui fait débiter la farandole ou le ballet. Là encore vous avez un moment pour admirer la salle, le couvert, les verres tant la table a été dressée avec amour, délicatesse, précision et art. Le maître d'hôtel revient pour vous sonder, deviner vos préférences, vos goûts, vos envies, vous aider à choisir, à composer votre menu, à l'équilibrer, à essayer de l'harmoniser, vous déconseiller des plats de la même souche.

#### En équipe

Le sommelier lui aussi sonde vos préférences, vous conduit délicatement vers la liaison qui va le mieux avec vos plats et avec votre humeur. La clientèle est diversifiée que ce soit en hôtellerie ou en restauration ; elle provient de cultures et de traditions différentes mais recherche ce raffinement typique de la haute gastronomie. Le rythme d'un ballet parfait commence à se dérouler ; maître d'hôtel, chef de rang jusqu'au commis, tout n'est que perfection. Il y a derrière tout cela tout l'art de la France à table. Pour en arriver à ce degré de perfection, je rappelle une anecdote macabre. Vatel s'est donné la mort à cause des circonstances du retard d'un arrivage de poissons mais bien que n'étant pas coupable de ce contretemps, il s'est senti responsable.

#### L'exception française

Ce que la France a donné au métier de l'art de la restauration, aucun pays au monde ne l'avait fait. C'est la France qui a jeté les bases de cet art et qui l'a amélioré

jusqu'à nos jours. L'Unesco en a tenu certainement compte pour accorder à la France son label de « l'Art Français de la Table ». Tous les autres pays s'en sont inspirés. C'est le seul métier où vous êtes impeccablement habillé, soit en smoking ou en queue ou autre mais toujours tiré à quatre épingles, ce qui déjà vous donne le ton de l'importance et de la majesté de ce service. Des standards très stricts ont été établis, ont été améliorés au fil du temps et nous sont parvenus. Le lever des cloches des plats de toute la table en un seul mouvement en est un petit exemple mais Ô combien explicatif de cet art. Nous nous devons de perpétuer cet art et ce service avec vigilance et sans aucune compromission et de demander à tous de le respecter le plus scrupuleusement possible. C'est un patrimoine qui nous est parvenu.

#### Perpétuer la tradition

Il est de notre devoir de le transmettre avec fidélité et fierté. En somme l'avenir du service doit compter des êtres très engagés, très dévoués à ce métier ou à tout autre métier de l'hospitalité ou des services, des psychologues à l'écoute de la clientèle, des êtres aimant leur métier comme un sacerdoce, chacun dans sa spécialité. Il n'y a pas de sot métier, dit le dicton. Mais il faut y croire et le vivre comme tel ; une discipline rigoureuse doit s'appliquer à tout moment sans relâche, sans pour

autant entraîner la routine. A cet égard, la contribution des instituts de formation est essentielle. Il faut donner le goût de ces métiers aux jeunes générations afin que ces jeunes assurent la relève et contribuent à leur tour au développement de ces savoir-faire.

#### Hommage au pays du Soleil Levant

Je tiens à consacrer ces quelques lignes à un sujet nettement en dehors du sujet de la Gastronomie. Je veux rendre un hommage à un peuple, le peuple du Japon, qui a été encore une fois meurtrie dans sa chaire par plusieurs catastrophes Tremblement de terre suivi d'un raz-de-marée, puis nucléaire à FUKUSHIMA. Le monde a été unanimement impressionné par le calme des Japonaises et Japonais, leur solidarité, leur courage, leur dignité devant la calamité qui les a frappée. La capacité de ce peuple et leur sens civique à s'organiser entre eux. Leur esprit citoyen, malgré les défaillances de leur propre gouvernement et de leur institutions sensées les protéger. Un exemple à méditer et à retenir. Ils nous ont montrés la grandeur de l'être humain qui se révèle dans les moments de grandes difficultés et dans l'adversité. Cette culture nous inspire notre respect le plus profond.

Georges Husni, Président de l'Académie Internationale de la Gastronomie



## Paris, palaces et gastronomie

*Paris, capitale gastronomique, où l'on mesure toute l'importance de l'hôtellerie de luxe à la française et de la cuisine d'exception. Les anecdotes, souvenirs et expériences de mes tantes, oncles et cousins, tous restaurateurs, m'ont donné le goût et l'envie de me réaliser dans une profession liée aux métiers de la restauration. C'est donc, tout naturellement que je me suis senti attiré par l'univers légendaire que représentent les établissements prestigieux comme le Ritz, le Plaza Athénée, le Crillon...*

C'est en qualité d'apprenti que l'occasion s'est présentée de pouvoir pousser les portes mythiques de l'un de ces Palaces.

#### Fascination

Mes premiers jours ont vite confirmé l'idée que je me faisais d'un véritable travail en brigade, basé sur la rigueur et le partage des connaissances. J'ai pu et je continue à apprécier au quotidien les qualités précision, tact, bonne humeur... nécessaires pour l'accomplissement de nos actions. Notre clientèle, toujours plus exigeante, nous pousse à faire preuve de souplesse et d'innovation afin de nous adapter à leurs demandes. Les clients passent de moins en moins de temps attablés. Notre prestation se doit d'être plus efficace et plus complète,

#### Bichonner le client

Nous devons donner plus d'importance à la préparation

de l'arrivée du client afin de mieux cerner ses attentes, et ce, dès la prise de réservation téléphonique. Cela permet de mieux personnaliser la prestation lors d'événements particuliers anniversaire, repas d'affaires.... Je me rends compte également, que notre client est parfois servi par un nombre important de personnes : maîtres d'hôtel, chefs de rang, sommeliers, commis...c'est trop ! Il m'apparaît donc nécessaire de se limiter afin d'avoir un meilleur suivi et une plus grande efficacité dans le service. Pour cela, il faut que les collaborateurs fassent preuve d'une plus grande polyvalence dans leur savoir-faire.

#### Les experts

Oui, le maître d'hôtel et le chef sommelier sont les experts attendus lors de la prise de commande, mais le service -mets et boissons- devrait être effectué par une seule et même personne à la table du client afin de le perturber le moins possible. Soyons également attentifs



## Réflexion sur la gastronomie

aux nouvelles clientèles étrangères. Elles proviennent de pays de plus en plus éloignés et elles sont de plus en plus nombreuses. Essayons de mieux les connaître afin de mieux les accueillir. Anticiper et répondre à leurs besoins de façon précise, discrète et bienveillante sont les clés du renouveau. Ces quelques points, que je viens d'aborder, permettront sans doute une meilleure valorisation des métiers de service. Notre objectif est, et reste, la fidélisation de nos Clientèles à travers des expériences gastronomiques inoubliables.

### Faits de carrière : le témoignage

**Janvier 2005** : Lors de ma dernière année d'apprentissage, mon Directeur est venu vers moi, juste avant le service pour m'annoncer que j'occuperais le poste de Maître d'hôtel malgré mon statut d'apprenti. Ce fut une très belle marque de confiance accordée, mais aussi une motivation supplémentaire qui m'a marquée pour les années suivantes.

**Décembre 2006** : Mon premier réveillon de la Saint

Sylvestre à l'Espadon. Pour cette occasion, notre Chef des cuisines au Ritz Paris, Michel Roth, avait préparé un menu d'exception, composé des produits les plus nobles et les plus prestigieux. Le menu composé de 11 plats et 8 verres de vins rarissimes, était proposé pour 2007€ en référence à la nouvelle année. Et pour cette soirée de gala, nous étions vêtus de superbes smokings...

**Novembre 2007** : Après être passé au Ritz, mon expérience au Meurice fut une des plus enrichissantes. Elle m'a permis de progresser, et m'a laissée un souvenir impérissable tant pour la cuisine sensationnelle du Chef Yannick Alléno, que pour la gestion de la salle du Directeur Wilfried Morandini.

**Mars 2012** : Depuis l'ouverture de l'Abeille -le restaurant gastronomique du tout récent Shangri-La Hôtel Paris- toutes les équipes travaillent sans relâche en collaboration avec le chef Philippe Labbé, qui vient d'obtenir ses 2 étoiles. Cette récompense vient comme un cadeau d'anniversaire pour souffler notre première bougie.

■ Nicolas Bollmann

## La salle de demain



© Sergey Nivens - Fotolia.com

## Il était une fois le service de demain

*Impalpable et immatériel, l'enchantement du client fait appel aux charmes, à la magie et à l'imaginaire...*

*Pour que l'enchantement agisse, il faut créer un climat favorable, afin que le convive fasse partie intégrante de l'histoire. Tout doit être minutieusement étudié, de façon à le surprendre, en dépassant ses attentes et ses croyances. Le service apporté à ce client-hôte doit s'appuyer sur des principes moraux : le geste gratuit, l'attention et la considération, l'empathie, la générosité, le dépaysement et l'exotisme, l'expérience unique, l'énergie positive, les sensations, le partage, la convivialité, le rire et le sourire, la déontologie, la discrétion, la communication verbale et non-verbale, la dimension humaine, les mots justes... (D.C.)*

## L'expérience de demain « in vivo »

« Il était une fois... le restaurant de demain » ? C'est le thème sur lequel ont planché les étudiants de BTS 2<sup>ème</sup> année, Option « Génie culinaire et arts de la table » du Lycée des Métiers H. Friant à Poligny dans le Jura. En segmentant la problématique selon 4 thèmes (ou les saisons), les étudiants ont travaillé sur la vision prospective de leur métier.

### Segmentation

Pour chaque année scolaire, une thématique afférente. En 2008-2009, place à la Saison 1 autour du thème « Le maître d'hôtel » (tradition & évolution). En 2009-2010 la Saison 2 s'articule autour d'une « Harmonie à quatre mains » pour parler de l'interdépendance des métiers salle/cuisine. En 2010-2011 la Saison 3 fait place à « La théâtralisation du service » (de la scène à la salle). Quant à 2011-2012 la Saison 4 est consacrée au « Ré-enchantement des métiers de l'Hospitalité ». Les saisons 1 à 4 de ce travail de recherche ont permis au corps enseignant, aux élèves et organisateurs de mieux comprendre et anticiper les nouvelles attentes des différents types de clientèles et de mesurer les challenges à relever.

### Enjeux

Ces études ont pour objectif d'aider à redonner du sens à notre profession fortement liée à la notion d'hospitalité dans les métiers de service. Notre objectif pour la saison 5 portera sur « Le savoir-dire ». A savoir redonner du sens à la notion de service en utilisant une attitude professionnelle et un vocabulaire adapté. Pour ce 5<sup>ème</sup> projet, seul(e) ou en groupe de 2 étudiant(e)s, les étudiants ont dû réfléchir aux questions suivantes et y répondre :

1- Expliquer de façon précise et argumentée la différence entre les mots « servilité » et « service ».

2- S'appuyer sur sa propre expérience professionnelle pour donner trois exemples de maladroresses ou d'erreurs que vous avez pu observer en matière de vocabulaire employé par le maître d'hôtel vis-à-vis d'un client, au



© Lightpoet - Fotolia.com

### Les instigateurs de l'expérience

• Corinne Hacquemand  
Professeur de restaurant Lycée H. Friant 39 800 POLIGNY

• Denis Courtiade  
« Alain Ducasse au Plaza Athénée » 25 avenue Montaigne 75 008 PARIS  
Président de l'association  
« Ô Service - des talents de demain »

## La gourmandise est un joli défaut !

*Je suis très heureux de pouvoir offrir mon témoignage à mon ami Denis Courtiade sur ce que j'attends d'une expérience gourmande ! Régulièrement, j'invite mon chef Jean-Marie et mes adjoints dans un restaurant dont la presse gastronomique vante les louanges ! Mes premiers critères de satisfaction sont l'accueil et le service....*

Lorsque l'on a la chance de côtoyer l'excellence, on devient très pointilleux. Quand je suis client, j'aime découvrir et m'adapter à l'univers du lieu où je suis.

### A la recherche de l'excellence

Si je vais dans un petit restaurant branché, je reste cool et je m'attends à un service décontracté, mais attentionné...à l'inverse, je suis beaucoup plus exigeant lorsque je me présente dans un établissement de haut standing! De manière générale, j'aime me sentir bien accueilli, j'aime être bien assis et surtout, je n'aime pas me sentir bousculé ou oppressé...j'aime quand c'est le client qui rythme le service et non l'inverse. Je prends toujours le temps de bien lire la carte, je décortique toutes les appellations. J'aime prendre du bon temps au restaurant, mais dépassé deux heures à table, je m'impatiente et je deviens irritable, d'ailleurs, je choisis toujours à la carte, car les menus à rallonge m'ennuient. Je suis très attentif aux amuses bouches, ce teaser doit actionner mon appétit, il va me donner mes premières impressions gustatives d'excitation ou de déception, et cela va conditionner mon ressenti pour le reste du repas. Les mets, qui me sont ensuite servis, doivent répondre à mes critères d'exigence. Ils doivent être élégants dans leur présentation, voir même sexy. Le goût des produits doit être bien marqué et surtout, à la hauteur des appellations. L'assaisonnement doit être parfait, tout comme la cuisson. Certes une belle vaisselle va me rassurer et imposer une cuisine pure, mais ce n'est certainement pas cela qui va

la rendre meilleure...L'élément clef, celui qui m'importe le plus, c'est le style de la cuisine, la signature du chef, que son message soit clair et lisible.

### Transmission de l'exigence

C'est ce que j'essaie de transmettre, jour après jour, à mon équipe, lorsque nous créons une recette sucrée ou salée. Chaque nouvelle réalisation à sa propre histoire, son propre message. J'aime rappeler que l'on est ce que l'on mange et que la technique n'est qu'au service de l'émotion. Nos plus belles réalisations ont toujours été le fruit du travail d'une équipe qui goûte et qui débat librement.

La critique doit toujours être constructive, mais jamais blessante. Elle doit être au service de la créativité. Dans nos professions, où la très haute technicité s'accompagne d'une très grande sensibilité, nous les acteurs, que l'on soit Pâtissier, maître d'hôtel, cuisinier... Nous sommes perpétuellement remis en question par nos clients consommateurs. Leur émotion du moment et leur gratitude effacent toutes nos contraintes du quotidien et justifient tous nos efforts.

Nos métiers de création, de réalisation et de service, sont les plus beaux métiers du monde quand chacun d'entre nous unissons nos forces et nos talents afin de délivrer une partition parfaite.

■ Christophe Michalak, champion du monde de la Coupe de Pâtisserie (2005) et chef pâtissier de l'Hôtel Plaza Athénée



# L'Abécédaire de la salle

Petit lexique des émotions à l'attention des gens du métier mais également de ceux qui souhaitent le découvrir. Denis Courtiade et Luxury Attitude vous mettent entre les mains les basiques lexicaux essentiels pour mieux comprendre ceux qui s'efforcent de faire de leur mieux pour vous offrir leurs services sur un plateau d'argent !

## Les mots-clé du service de demain Par Denis Courtiade

L'art de recevoir, théâtre, méthode Coué, repère, signatures, prestige de l'uniforme, double personnalité, identité, éthique, fidélité et loyauté, codes-rituels-usages et habitudes de table, respect du rang, connaître et reconnaître, cadence, avoir le don du service, le panache, la succulence, le cérémonial, luxe et confort, décorum, les champs du possible, harmonie cuisine-salle, le reflet de son image, table d'hôte, l'art de bien traiter, la position de valet bien assumée, l'étiquette, l'intimité, goinfre-glouton-gourmand et/ou gourmet, préséance, savoir vivre, manuel des convenances, tolérance, perception, le bon goût, les mœurs, la sensualité, les agapes, attitude et habileté, secret, plaisir, les fables de monsieur Aubrée, tact, la quintessence de la profession, âme, sustenter, porte parole, curiosité, étonnant, donner du plaisir, créer la surprise, commercialisation, passion, dimension culturelle, le beau geste, un sourire, politesse et bienveillance, admirable, spécialités, rêve et histoire, patrimoine, mémoire, confidences, les détails, foi et humilité, noble tâche, stress, messenger, raconter, imager, harmonie, témoignages, le métier nous apprend le métier, souvenir, perfection et excellence, le « grand restaurant », état d'esprit, bonheur, chemin initiatique, merci, gourmandise, apothéose, terroir, respect, audace, l'intuition, le faste, l'alchimie, privilège, carrière, offrir de son temps, « eye contact », l'hospitalité...

moment de l'accueil téléphonique, au moment de l'accueil physique, pendant le service en salle et/ou au moment de la prise de congé.

4-Expliquer pour chacun de ces exemples ce qui, selon vous, aurait pu être dit, de façon plus professionnelle, dans ce contexte.

Expliquez en quoi le choix du vocabulaire employé par le maître d'hôtel est important dans la relation avec le client. Existe-t-il un lien entre le savoir-dire et le professionnalisme ?

Imaginez une règle simple / un exercice / une méthode qui permettrait de transmettre aux futurs professionnels ce « savoir-dire » et de le mémoriser.

Chaque étudiant participant aura rendu un dossier comportant au minimum 6 pages et 8 au maximum. Ces dossiers feront l'objet d'une évaluation par Mme HACQUEMAND d'une part. Ils seront, d'autre part, lus et classés par ordre d'intérêt par M. Denis COURTIARDE, directeur de salle au Plaza Athénée. Le dossier présentant le plus grand intérêt se verra offrir un déjeuner pour 2 personnes au restaurant gastronomique de monsieur Alain Ducasse.

### Mots-clé sur les gens de la salle

Le garçon de café, Guillaume Tirel dit Taillevent, l'extra, l'hôtesse, le Maître queux, hâseur et happelopin, l'officier, l'entrepreneur, la ménagère, sommelier, Meilleur Ouvrier de France, la recrue, le limonadier, « Nestor », l'échanson, barman, François Vatel (Fritz Karl Watel), personnel navigant commercial (PNC), Jean-Claude Vrinat, l'officier de la maison et/ou le Maître de maison, aubergiste, majordome, « serviteur muet », concierge, domestique, stewart, maître d'hôtel, restaurateur, huissier, opératrice, le saisonnier, « loufiat », l'officier chargé du service de la bouche, Claude Terrail, le serviteur, « butler », tenancier, « monsieur Septime », valet, grand Maître de cérémonie, l'écuyer, le Chambellan, le commerçant, ambassadeur, serveur, l'intendant, groom, le Maître des lieux, monsieur Louis, l'esprit d'équipe.

### Mots-clé autour de l'hôte

L'amphitryon, le Pacha, commandeur, convive, l'invité, le couvert, consommateur, client et clientèle, le touriste, Top Vip, Chef de la table, le passager, l'hôte, auditeur, le journaliste gastronomique, l'esthète, gastronome, Chef de famille, personne atteinte d'un handicap, les commensaux, le snobe, le pensionnaire, le cavalier, les enfants, la vedette, le dégustateur, le critique, l'amoureux, le provincial, l'homme d'affaire, le tyran, le passionné, le politique, la Femme, l'étranger, le profane, la puissance invitante, le confrère...

#### A : Attention

« Fais attention à ce que tu fais ! » Cet avertissement, si souvent entendu dans l'enfance, ne devrait-il pas nous guider dans la relation à l'autre, qu'il s'agisse d'un proche, d'un collègue ou d'un client ? Au lieu de cela, ne sommes-nous pas restés marqués par ces paroles d'adultes, au point de prêter plus attention à ce que nous faisons qu'à la personne pour qui nous le faisons ?

**Attention** : Nom féminin. Sollicitude, gentillesse envers quelqu'un; manqué d'intérêt, d'affection.

#### B : Bienvenue

Comment se fait-il que dans tant d'endroits, le « Bonjour » entendu résonne comme un « Au revoir » ? Sommes-nous réellement les « bienvenus » ? N'avons-nous pas parfois le sentiment de déranger ?

**Bienvenue** : Nom féminin. Arrivée de quelqu'un qui est accueilli avec joie.

#### C : Cœur

« Avoir du cœur », « De bon cœur », « Le cœur sur la main »... Autant d'expressions maintes fois entendues, qui illustrent à quel point certaines personnes, en certaines occasions, sont capables de rendre bien plus qu'un Service... Qu'en est-il du dernier service que j'ai rendu : l'ai-je rendu simplement par obligation ou y ai-je mis du cœur ?

**Cœur** : Nom masculin. Siège des sentiments, sensibilité, affection.

#### D : Don

« Puis-je prendre votre nom ? », « Vous avez une réservation ? », « Vous êtes déjà client chez nous ? », « Quel est votre numéro de compte ? »... Être client devrait-il se mériter ? Est-ce un privilège ? A chaque fois qu'un client entre en contact avec la marque, ne faudrait-il pas que chaque collaborateur ait un profond sentiment d'avoir une dette à son égard ? A chaque fois qu'un client quitte la marque, ne faudrait-il pas qu'il ait le sentiment qu'on lui a fait un don ?

**Don** : Nom masculin. Bienfait, faveur.

#### E : Élégance

« Suis-je élégant(e) ? » : difficile, sans être présomptueux, de répondre positivement à cette question. Dans la relation à l'autre, qu'il s'agisse de présentation, de gestes ou de paroles, l'élégance n'est-elle pas avant tout dans l'attitude ? Subtile marque de respect que nous avons

pour nous-mêmes, pour nos clients, pour notre métier...

**Élégance** : Nom féminin. Qualité de quelqu'un se distinguant par son goût, son choix en matière de vêtements, par sa grâce, dans ces manières, etc. Qualité de ses manières elles-mêmes : chic, distinction.

#### F : Fidéliser

Suis-je fidèle à mes amis parce que je les aime ou parce que j'en ai besoin ? Si la réponse sur le plan personnel nous paraît évidente, en est-il de même sur le plan professionnel et commercial ? La fidélité du client est-elle une nécessité dans un monde ultra-concurrentiel ou une marque de reconnaissance qu'il nous faut mériter à chaque instant ? La vraie fidélisation du client s'obtient-elle par des « miles », des « points » ou par la sincérité et la générosité du service ?

**Fidéliser** : Verbe transitif. S'attacher durablement une clientèle, un public, par une politique appropriée.

#### G : Générosité

La bouteille de champagne, qui accompagne invariablement toute réservation d'une suite dans un établissement haut de gamme, relève-t-elle d'un acte de générosité ou d'une prestation attendue, intégrée dans le prix ? La vraie générosité n'est-elle pas celle des actes, celle des attentions particulières, à l'initiative non pas d'une organisation mais de chacun de nous, lors d'un contact avec un client ?

**Générosité** : Nom féminin. Qualité d'une personne, de son action à se montrer bienveillante, clémente, indulgente.

#### H : Humain

« Pour connaître votre nombre de points de fidélité, Tapez 1 ; Pour changer votre mode de paiement, Tapez 2 ; Pour modifier votre adresse de facturation, Tapez 3 »... Dans un monde de plus en plus immatériel, à quoi sera sensible un client ? Et si le vrai luxe était celui de la dimension humaine ?

**Humain** : Adjectif. Qui manifeste à un haut degré la sensibilité, la compréhension propre à l'homme, en tant qu'individu dans un groupe social.

#### I : Image

A chaque contact avec le client, c'est la marque qui s'exprime. En terme de Service, notre image est-elle en parfaite adéquation avec l'ADN de cette marque ?

**Image** : Nom féminin. Représentation d'un être ou d'un objet ; aspect sous lequel il apparaît à autrui.



J

**J : Joie**

Comment définir le sentiment intense ressenti lorsque, après une longue attente et parfois de nombreux efforts, nous accédons enfin à quelque chose dont nous avons tant rêvé ? Comment définir le sentiment pesant ressenti par celui ou celle qui nous vend cet objet, devenu banal à ses yeux ? Ne serait-ce pas la joie du client se heurtant violemment à la lassitude routinière qui guette chaque vendeur, s'il n'y prend pas garde ? En tant qu'acteurs de la relation commerciale, ne sommes-nous pas en partie responsables de cette « joie » qui devrait accompagner chaque achat d'un produit ou d'un service d'exception ?  
**Joie** : Nom féminin. Sentiment de plaisir, de bonheur intense, caractérisé par sa plénitude et sa durée limitée, éprouvé par quelqu'un dont une aspiration, un désir est satisfait ou en voie de l'être.

K

**K : King**

« Le roi est mort, vive le roi ! » La toute puissance du roi ; le client devant des vassaux asservis ; des employés dévoués, cela ne relève-t-il pas d'un autre âge ? En 2010, que signifie la notion de « client-roi » ? N'est-il pas grand temps de redonner sa place à celui qui, ces dernières années, a parfois eu le sentiment que de roi, il était devenu esclave ? Esclave d'organisations auxquelles il devait s'adapter, esclave de collaborateurs à qui il devait prouver sa crédibilité, esclave de conditions de plus en plus restrictives, esclave de solutions technologiques censées lui faciliter la vie ?  
**King** : Mot anglais signifiant « roi ». Roi : Nom masculin. Personne qui a la prééminence dans une certaine action, celui vers qui vont toutes les attentions.

L

**L : Luxe**

« Le luxe commence lorsque l'émotion dépasse la raison » (Luxury Attitude). Si l'une des conditions du Luxe est la rareté, alors ne sommes-nous pas en droit de penser, comme Saint-Exupéry, que « le vrai luxe est celui des relations humaines » ? si le qualificatif de luxe ne semble pas approprié à tous les produits et à toutes les marques, n'est-il pas adapté à tout Service offrant la valeur d'une relation humaine sincère et généreuse ?  
**Luxe** : Nom masculin. Besoin qui commence où s'arrête la nécessité » (Paul Iribe, 1883-1935).

M

**M : Mission**

Chaque collaborateur connaît parfaitement ses tâches. A-t-il conscience d'avoir une mission vis-à-vis de chaque client ?  
**Mission** : Nom féminin. But élevé, devoir inhérent à une fonction, une profession, une activité, et un rôle social qu'on lui attribue.

N

**N : Naturel**

Est-il possible de rester naturel face au client tout en appliquant des consignes de plus en plus précises, allant jusqu'à l'utilisation de mots et de gestes imposés ? Qui a envie d'abandonner sa personnalité derrière le « masque » de l'entreprise ? Pourquoi ce qui est admirable

dans le jeu d'un acteur épousant avec naturel le rôle qui lui est confié, devient dégradant lorsque ce rôle est dévolu par l'entreprise à son collaborateur ? Le vrai professionnalisme, parfois doublé de talent, n'est-il pas cette faculté du collaborateur à s'approprier le rôle qui lui est confié, avec sincérité, générosité et naturel ?

**Naturel** : Adjectif. Qui donne une impression de vérité, de vraisemblance, de simplicité, d'aisance : un style naturel.

O

**O : On/Off**

En tant que client n'avons-nous pas légitimement le droit d'être « Off », Lorsque nous entrons en contact avec une marque ? N'est-ce pas à celui qui offre le service d'être « On », Afin de tout mettre en œuvre pour que le client passe en mode « On » ?

On/Off : Mot anglais signifiant « ouvert/ fermé ».

**Ouvert** : Se dit d'une personne réceptive, concernée, tournée vers l'autre. Fermé : se dit d'une personne tournée vers elle-même, refusant la communication.

P

**P : Promesse**

Grâce à sa communication et à son image, toute marque fait une promesse. En entrant en contact avec la marque, le client analyse inconsciemment l'écart qu'il y a entre la promesse et son propre vécu. Sur le plan du service, que devons-nous faire pour n'avoir aucun écart négatif entre la promesse et la perception du client ?

**Promesse** : Nom féminin. Action de promettre quelque chose ; engagement que l'on prend en promettant quelque chose.

Q

**Q : Question**

Comment se manifeste notre intérêt pour une personne de notre entourage, que nous n'avons pas vue depuis si longtemps ? N'est-ce pas en prenant de ses nouvelles, en lui posant des questions et en écoutant ses réponses ? Au-delà de la découverte des besoins, la question n'est-elle pas le meilleur moyen de manifester tout l'intérêt que nous portons à ce nouveau client ? Alors pourquoi tant de freins ? La peur d'être indiscret et donc impoli ? Certainement, mais pour autant peut-on réellement se passer du questionnement dans le service et la vente ? La difficulté n'est-elle pas plus liée à la formulation de la question, ouverte de préférence, qu'à la question elle-même ?

**Question** : Nom féminin. Demande faite pour obtenir une information, vérifier des connaissances.

R

**R : Respect**

Quel regard porte ce vendeur sur cette clientèle du samedi, qui se déplace en famille, avec poussette et enfants ? Quel regard porte ce réceptionniste sur ce client du bout du monde, à la culture et aux mœurs si différentes des siennes ? Quel regard porte ce conseiller sur ce client à la tenue si étrange et si peu adaptée au lieu où il est accueilli ? A nous écouter parfois parler de nos clients, ne devrait-on pas s'interroger plus souvent sur le respect que nous leur portons ? Au-delà, doit-on

s'étonner du manque de respect de certains clients, eux-mêmes vexés par l'irrespect dont parfois nous faisons preuve à leur égard ?

**Respect** : Nom masculin. Sentiment de considération envers quelqu'un, et qui porte à le traiter avec des égards particuliers ; manifestations de ces égards.

S

**S : Savoir**

savoir-faire, savoir être, savoir écouter, savoir respecter, savoir se remettre en question... N'est-ce pas là les clefs du savoir-vivre ?

**Savoir** : verbe transitif. Avoir la capacité, après étude et apprentissage, de pratiquer, d'exercer une activité. Avoir assez de talent, d'habileté, pour faire telle chose.

T

**T : Touchant**

Toucher la sensibilité du client peut-il être une mission pour celui qui le sert ? Ne s'agit-il pas d'un objectif trop ambitieux, voire même excessif ? Pourtant, ne sommes-nous pas touchés lorsque, dans un magasin, un vendeur nous ignore ou nous donne le sentiment de nous dévisager ? Le service n'est-il pas touchant par principe ? Négativement, lorsqu'il est dépourvu de bienveillance, de délicatesse et d'attention ; ou bien positivement, lorsqu'il en est pourvu. Le détail qui rendra le service touchant, n'est-il pas souvent infime en comparaison de l'effort et du temps nécessaires pour offrir le service lui-même ?

**Touchant** : Adjectif. Qui touche la sensibilité, attendrit, émeut.

U

**U : Unique**

Chaque client est unique. Il vient à notre rencontre avec son histoire, son cœur, ses émotions. Comment considérer avec empathie chaque client pour créer un vécu relationnel personnalisé ?

**Unique** : Adjectif. Qui est seul, qui existe en un seul exemplaire, par opposition à double, triple etc. qui se distingue des autres par son originalité, ses qualités.

V

**V : Vécu**

Quelle reconnaissance un grand chef culinaire peut-il attendre de ses clients ? « *Merci, nous avons assez mangé* ». Est-ce une reconnaissance acceptable pour lui ? N'attend-il pas plutôt un sincère « *Merci, nous avons vécu un moment inoubliable* » ? Si l'ambition d'un grand chef n'est pas de nourrir ses clients, quelle est l'ambition d'un professionnel de la vente et du service ? Ne doit-il pas lui aussi poursuivre l'ambition d'offrir à ses clients un « vécu d'exception » ?

**Vécu** : Nom masculin. L'expérience réellement vécue, les faits, les événements de la vie réelle.

W

**W : Waouh Effect**

Comment ne pas s'émerveiller devant la dernière boutique de cette marque prestigieuse ? Comment ne pas succomber au spectacle de ce défilé d'exception, sous les lumières du toit en verre de ce somptueux

monument historique ? Le Waouh Effect, si cher aux Anglo-Saxons, semble être un véritable moteur pour tous ceux qui créent, qui innove, qui réinventent ! Mais s'il est relativement fréquent pour les créations matérielles, tangibles, qu'en est-il de l'immatériel, de l'intangible... du service ? Est-il difficile de réinventer le Service avec la même ambition ? Au-delà, chacun de nous, modestement, n'est-il pas en mesure de surprendre, d'étonner par une initiative, une attention ou un détail, qui rendront le Service exceptionnel ?

**Waouh** : Interjection. Onomatopée manifestant l'étonnement, la surprise. Waouh Effect : Effet d'étonnement, provoqué volontairement.

X

**X : Client X**

En étant nous-mêmes clients, n'avons-nous pas parfois le sentiment d'être invisibles aux yeux des collaborateurs qui nous reçoivent ? Que faut-il donc dire et faire pour ne pas être considérés comme un inconnu de passage, mais accueillis comme un client potentiel ?

**X** : Nom épïcène. Vingt-quatrième lettre de l'alphabet français. Sert à désigner quelqu'un, quelque chose qu'on ne veut ou qu'on ne peut pas nommer, ou déterminer.

Y

**Y : Yes, we can !**

Qu'est ce qui anime ce collaborateur toujours d'humeur égale, aux petits soins pour chacun de ses clients, qui, du matin au soir, fait le maximum pour satisfaire sa clientèle ? Pourquoi, dans le même temps, ses collègues se plaignent de la conjoncture, du temps, des moyens qui leur sont donnés, de leur hiérarchie... des clients ? Si le premier est animé par l'optimisme et l'énergie du « Yes, we can ! », Les seconds ne s'enlisent-ils pas dans un « No, we can't » ? Qui, outre le mal qu'il leur fait, peut devenir rapidement contagieux ?

**Yes, we can !** : En français : « Oui, nous le pouvons ». Slogan de campagne de Barack Obama en 2008. Exprime la volonté collective d'atteindre un objectif ambitieux.

Z

**Z : Zéro défaut**

La recherche du zéro défaut, utopie, certes, lorsque l'on parle de l'humain, ne passe-t-elle pas par la définition d'une ambition clairement affichée et collégialement partagée ? Chaque collaborateur est-il capable de définir clairement ce que signifie la qualité de Service dans son entreprise et dans son métier ? Est-il en mesure d'identifier sa contribution et dispose-t-il de la latitude suffisante pour faire des propositions et prendre des initiatives pour améliorer la satisfaction client ?

**Zéro défaut** : Expression. Critère de réalisation. Attitude de refus de l'erreur et de recherche de correction de la cause de l'erreur.




Luxury Attitude - Consulting



Événement Duval-Leroy  
de fin d'année  
*Le plus beau bouquet final*  
*Fleur de Champagne* PREMIER CRU

THE WORLD OF FINE WINE  
18/20



-  Un tarif exceptionnel pour l'un des meilleurs champagnes
-  Un pack visibilité pour déclencher le réflexe Champagne et multiplier vos ventes à la coupe
-  Un plan média puissant et qualitatif

Contactez votre interlocuteur Champagne Duval-Leroy  
ou directement par téléphone au 03.26.52.38.13  
Offre disponible jusqu'au 31 décembre 2012 dans la limite des stocks disponibles