



## **La digitalisation des métiers de la salle**

**Evolution ou révolution digitale ? Déshumanisation de la relation-client ou outil pour gagner du temps ? Quoi qu'il en soit le Maitre d'Hôtel 3.0 reste connecté avec sa clientèle et exploite les outils modernes, en constante évolution, si ce n'est pour rester en connexion avec ses équipes, acquises aux Nouvelles Technologies.**

Le thème du grand oral de la finale du concours d'Un des Meilleurs Ouvriers de France du Maitre d'Hotel, a confronté les 11 finalistes à cette véracité virtuelle qui s'inscrit dans le réel. Prendre conscience de l'importance de l' e-réputation permet de faire du e-commerce, e-marketing, e-management, e-formation et des e-RP. Le Maitre d'hôtel 3.0 a plus d'une appli à son arc, mais saura-t-il exploiter

toutes ces opportunités, sans renier la tradition et le savoir-faire de son métier ? C'est tout l'enjeu de ce grand oral, véritable laboratoire d'idées et incontestables pistes de réflexions pour les enjeux à venir.



Bernard Ricolleau lors du grand oral du MOF Maitre-d'Hotel ©Sandrine Kauffer-Binz

## Valorisation de l'intelligence émotionnelle

Pendant cette épreuve de 30 mn, le finaliste qui avait rendu en amont un dossier sur le sujet, se voyait remettre 3 questions, 30 minutes avant sa présentation, en corrélation avec son sujet.

Si ses connaissances transversales et sa maîtrise du sujet ont été notées, son savoir être, sa présentation, son aisance, sa capacité à transmettre un message et expliquer ses idées ont tout autant été appréciés. Comme dans un restaurant, captiver la table, retenir toute son attention et l'emporter dans une narration est tout un Art. Un Art qui s'appuie sur l'intelligence émotionnelle et repose sur la fine observation, le ressenti et la capacité à ajuster immédiatement sa posture.



Antoine Pétrus :double MOF : Sommellerie et Maitre d'hôtel ©Sandrine Kauffer-Binz

Attitude, positionnement corporel, placement de la voix, communication verbale, non-verbale et para-verbale étaient décryptées par un jury en attente d'apprécier l'exposé de son savoir et le décryptage de son savoir-être. Un silence percutant, une pause dans le phrasé, un débit à la juste mesure, une sonorité mesurée, une assurance pondérée présentée avec humilité, une maîtrise du sujet suscitant de l'intérêt, voici les clefs d'un Grand Oral parfait. Le piège était d'utiliser le conditionnel. «On pourrait.. il est possible de mettre en place... », car de toute évidence, utiliser le présent induit l'expérience d'une mise en application concrète dans son restaurant, plutôt que d'une énumération de théories et du champ des possibles.

L'expérience client réunit une somme de composantes, orchestrées par le Maître d'hôtel. Son intelligence émotionnelle reflète sa capacité à rentrer en relation avec autrui. C'est la pierre angulaire de son métier, une qualité qui lui permet de conjuguer le savoir-être, le savoir-faire et le savoir faire-faire, que le digital ne saurait remplacer.

## Impact du digital en chiffres

Le smartphone est consulté entre 30 et 50 fois/ jour

6.000.000 d'avis sont déposés/an

3 milliards d'internautes

1 milliards d'instagrammeurs

4 milliards de vues sur You tube / jour

4h 48 est le temps d'utilisation de son smartphone/ jour

1 million d'applications sont créées/ an

1h22 / jour : c'est le temps moyen passé sur les réseaux sociaux  
Des réservations 7/7 et 24h/24h

23 à 25% des réservations sont digitales

Il faut moins de 50 secondes pour réserver en ligne contre 5 minutes au téléphone

1 / 5 client a déjà réservé en ligne

1/3 client consulte les avis avant de réserver

6/10 client dépose un avis après



## Adaptabilité des pratiques en fonction des nouvelles technologies

Le Maître d'hôtel met l'ensemble de son expertise au service de l'exploitation du restaurant et pour optimiser ses compétences, il doit s'appuyer sur les nouvelles technologies, vectrices et multiplicatrices de son message et de l'image de l'établissement.

Il travaille à la fois sur l'image de marque, la réputation et l'e-réputation. Comment ? En communiquant via le site internet, l'envoi d'une newsletter, l'e-mailing, les campagnes de sms, mais aussi les différents réseaux sociaux et les

relations presse.

» Tous les clients sont des journalistes » soulignait **Antoine Pétrus**, pendant son grand oral, signifiant que chacun via son réseau devient un média à part entière, suivi par une communauté et en fonction de ses followers, se positionne en influenceur. « Nous sommes passés du consommateur passif, à un acteur qui prend la parole ».

« Les avis des consommateurs sont devenus tellement importants que Trip Advisor se positionne comme le premier guide gastronomique », constate **Marc Thomas Fefin**. « Etre présent, permet de connaître son e-reputation, l'étudier et la travailler ».

« Chaque client qui prend une photo et la publie est un promoteur direct de notre établissement, rajoute **Yoann Gregory**.

« Le digital nous permet d'aller à la rencontre de notre clientèle », mentionne **Bruno Casassus-Builhé**, qui rajoute « la réalité doit absolument être en phase avec la communication digitale ». Pour **Sébastien Rival**, « Le digital, c'est le live qui accélère le « bouche à Oreille » (ndlr le buzz).

**Bernard Ricolleau** met en exergue le « brand contain » (la marque) comme signe de reconnaissance et signe d'appartenance. « Le restaurant est choisi pour ce qu'il est, il se dévoile en toute transparence. Il y a une démocratisation et une désacralisation des beaux établissements ».

« Le digital est l'accès direct avec notre clientèle, sans média interposé », complète **Laurent Delarbre**. « Nous devenons un média. Il faut aider le marché de la FoodTech à se développer et penser à modifier le contenu des enseignements ». »C'est une ouverture sur l'international », rajoute **Elsa Jeanvoine** « qui valorise une expérience globale du client, avant son arrivée, sa présence dans l'établissement, et après ». Publier des post sur les réseaux sociaux par exemple peut rassurer une clientèle étrangère. « C'est quand le client quitte le restaurant que tout commence », proposait comme thème de concours des Arts de la table **Denis Courtiade**.

« On est passé de l'ère de l'information à l'ère de la réputation », relève **Mickaël Bouvier**. « Le digital est notre première vitrine commerciale'.

Mais, des limites ont été posées par tous. Elles englobent l'éthique et la confidentialité des données personnelles, sous l'égide du nouveau règlement

DGRP. Le Bashing digital (lutte contre les faux avis et la cabale des avis négatifs) relevés par **Christophe Baron**, mais aussi la prise en considération des « technophobes ». « L'omniscience du digital est chronophage », rajoute **Simon Verger**. « Tisser des liens sur la toile exige environ 2H/jour. Mais où se trouve le client aujourd'hui ? », interroge-t-il. « Derrière son écran ! » conclut-il.

Pendant le grand oral, les 11 finalistes ont développé plusieurs points



les finalistes juste avant la proclamation des lauréats ©Sandrine Kauffer-Binz

## **Le digital devient un outil de recrutement**

Le digital est un outil incontournable pour le Maître d'hôtel dans son quotidien pour rester connecté avec ses clients, mais aussi ses équipes (génération Y et Z). C'est également un levier de recrutement, puisque le candidat se renseigne avant de postuler et que force est de constater qu'« une image vaut mille mots ». On découvre au fil des publications ; les plats, la décoration, les équipes, mais aussi l'ambiance, l'esprit de la maison, ses valeurs humaines et professionnelles. Bien communiquer permet aussi de bien recruter. C'est offrir la possibilité de montrer les coulisses et de susciter l'envie de rejoindre son équipe. Dans un contexte de recrutement en déficit, le digital devient une arme de persuasion.

## **Le digital au service de l'accueil du client, le service et la fidélisation**



La reconnaissance du client permet de personnaliser l'accueil

Grâce aux réseaux sociaux et aux bases de données, notamment le Cardex (ndlr historiquement, c'est le nom commercial d'un jeu de fiches cartonnées utilisées pour gérer l'identité, l'historicité et les habitudes des clients).

Le maître d'hôtel, lors de son briefing aux équipes, va transmettre des informations utiles pour optimiser le service et l'expérience client. Il rappelle la préférence d'une table, une allergie, un anniversaire, il mentionne un client

« VIP », un habitué.

La reconnaissance du client permet de personnaliser l'accueil. Toujours souriant, bienveillant et chaleureux, il conditionne le client dans un sentiment d'appréciation du moment à table. Si le client réserve spontanément, la mission du Maitre d'hôtel est de le faire revenir. Comment ? En créant un lien, en prenant soin d'entrer avec discrétion et courtoisie en « relation ». Lui envoyer un questionnaire de satisfaction, répondre aux avis qu'il a pris soin de rédiger et partager. C'est la moindre des politesses, que de remercier et répondre « aux courriers », qu'il soient positifs ou négatifs. La réponse sera un prétexte pour communiquer et transmettre des informations complémentaires sur la maison et de vanter ses qualités : « Notre sommelier a été distingué », « nous offrons un excellent rapport qualité-prix », « je vous informe de la prochaine soirée à thème », nos produits sont locavores » ect.

Les outils marketing sont identiques pour entretenir un lien. L'expédition mesurée d'un emailing, newsletter, ou sms, la publication sur les différents réseaux sociaux permet de rester connectés avec sa « communauté », celle qui a choisi spontanément de vous suivre. Il faut cultiver son intérêt et nourrir sa curiosité. L'excellence consiste à souhaiter les anniversaires, envoyer des fleurs pour une naissance, une carte de condoléance, des actions qui signe une reconnaissance et entretient une relation, qui se doit de rester professionnelle, sans jamais devenir intrusive.

## **Le digital est un facteur de productivité**

La digitalisation de la profession optimise la productivité, donc de compétitivité et la rentabilité économique. Chasser la perte de temps pour en gagner devient un enjeu majeur. Le maitre d'hôtel a pour devoir de sortir d'une zone de confort pour expérimenter et se former aux nouvelles applis et logiciels créés pour gagner du temps, archiver, connecter, et produire des chiffres et analyses de données. Sa capacité d'adaptation et de curiosité envers les nouvelles technologies sont un atout indéniable pour l'établissement. Sa gestion de l'e-réputation, de l'e-commercialisation est en adéquation avec l'évolution des métiers de la restauration.

Les outils de réservations en ligne mettent au ban le sempiternel cahier de réservations. La retranscription des données se résume en perte de temps et d'énergie. Même constat pour le relevé des plannings, des données en cuisine,

(température, inventaire et gestion des stocks). Cependant, il ne sert à rien d'investir si le temps d'interprétation des statistiques et résultats n'est pas étudié pour réajuster sa politique commerciale et d'achats.. Au delà du travail du maître d'hôtel qui se digitalise, c'est toute l'entreprise qui s'appuie sur les nouvelles technologies pour rester performante et compétitive.

## **Le digital est un outil de management et de formation des équipes**

Chaque semaine le maître d'hôtel peut faire un point avec ses équipes en s'appuyant sur les avis déposés, ayant pris soin de vérifier le profil et la qualité du dépositaire. Car la communauté est évaluée sur son ancienneté et la pertinence de ses avis sont évalués. Les commentaires négatifs permettent de relever un éventuel dysfonctionnement dans l'établissement (je n'ai pas eu les mignardises, j'ai attendu 15 mn pour avoir l'addition, le plat était froid, la climatisation éteinte, ect.).

Il existe des logiciels de gestion des planning des équipes (gestion horaires, absences, congès) de communication interne, (ouverture d'un compte groupé whatsapp,) pour diffuser des informations et notes de services. La formation des employés est la clé d'une évolution des prestations qualitatives dans l'entreprise. Une formation en sommellerie, en langues, aux découpes, aux arts de la table, renforcent les compétences. Les sites de e-learning sont de parfaits assistants de formations individuelles ou collectives. De nombreuses vidéos tutorielles -parfois gratuites- font la démonstration de l'ouverture d'une bouteille de vins, carafage ou flambage. Nul n'est plus sensé ignorer les pratiques des métiers de salle. En un clic, les formations sont assurées, pour qui veut mieux les maîtriser. Car en définitive, les outils sont à portée de mains, mais restent suspendus à la bonne volonté humaine.



formation en ligne -> e-learning DR

**Le digital au service de la**

# commercialisation

L'e-Réputation et le marketing digital boostent les ventes additionnelles en ligne. L'essor des bons cadeaux vendus en ligne est éloquent. En un clic on achète un menu, un bon cadeau, du foie gras, le livre de recettes du chef. On booste son référencement, on achète de la publicité et de la visibilité, les leviers du e-marketing sont à disposition. Il suffit de les appréhender et se les approprier.



Le jury et les candidats -DR

Il s'agit ensuite de tirer son épingle du jeu dans la nébuleuse des offres de nombreux prestataires, qui parfois, bien avant les bénéficiaires, ont saisi les intérêts et les enjeux économiques de ces fonctionnalités pratiques. Installées à bon escient et utilisées par un personnel formé, elles garantissent un gain de temps, une économie d'énergie, une performance productive et donc une rentabilité économique.

Mais chez quel prestataire investir ? Certains sont spécialisés en PME, d'autres en hôtellerie, conciergerie, le tout est de prendre le temps de bien sélectionner son logiciel ou appli. Voici toutes celles citées par les finalistes lors du grand oral ; La fourchette, Table Online, Guest on line, zenchef, Michelin, Gault & Millau, TripAdvisor, instagram, Facebook, twitter, linkedin, Tou tube, You call (traduction), Skello (gestion planning), Billee (paiement mobile), Extracadabra (gestion des extras)

Il reste à choisir les bons outils digitaux adaptés au fonctionnement et besoin de l'entreprise.

Car en définitive, le digital, oui mais pas à tout prix !

Par Sandrine Kauffer-Binz

---





## **Serge Schaal est le parrain de la 3ème édition du Trophée du Maître d'Hôtel**

**Après le succès de ses deux premières éditions, le Trophée du Maître d'Hôtel revient pour la troisième fois avec pour parrain, le propriétaire et directeur de La Fourchette des Ducs\*\* à Obernai en Alsace. Les inscriptions sont ouvertes jusqu'au 31 juillet 2020.**

# Comment s'inscrire ?

**Les candidats ont jusqu'au 31 juillet 2020 pour envoyer leur candidature en vidéo.** Rendez-vous sur le site [www.letropheedumaitredhotel.fr](http://www.letropheedumaitredhotel.fr)

Pour rappel, les dates clés du concours :

**\* 1er septembre 2020 :**

Annonce des candidats sélectionnés pour les demi-finales

**\*Octobre/Novembre 2020 :**

Demi-finales au lycée Albert de Mun à Paris, au Restaurant Bon bon à Bruxelles, au Restaurant Daniel à New-York (*sous réserve de l'évolution de la situation sanitaire due au COVID-19*)

**\*23 janvier 2021 :**

Finale au Sirha à Lyon

« Tous conscients du contexte inédit que nous traversons et de l'incertitude que cela implique pour nous tous et vos entreprises, nous devons nécessairement tous nous adapter et malgré tout aller de l'avant », soulignent **Denis Férault, Hervé Parmentier, Denis Courtiade, Stéphane Parmentier et Patrick Chauvin**

## Serge Schaal, un parrain de marque

**Propriétaire et directeur du restaurant « La Fourchette des Ducs\*\* » à Obernai en Alsace**, Serge Schaal a été nommé parrain de cette troisième édition du Trophée du Maître d'Hôtel. Récompensé « **directeur de l'année** » **2019 par la Gault & Millau**, cet alsacien au parcours atypique, spécialiste en géophysique, devient directeur de son premier restaurant en 1999, associé à **Nicolas Stamm**. Se formant sur le terrain, il se transforme rapidement en un acteur important au service de la promotion des métiers de la salle.



Serge Schaal est le parrain de cette 3ème édition du Trophée du Maître d'Hôtel

A travers le Trophée des Maîtres d'Hôtel, il souhaite rendre hommage aux métiers de l'art de la table et du service, tout comme **François Pippala**, **Philippe Bourguignon** et **Jean-François Mesplède** l'ont fait avant lui.

« Je suis fier d'être le parrain de cette 3ème édition. C'est un honneur. Il m'a été confié que le comité m'a désigné à l'unanimité, notamment suite à la distinction du Gault & Millau », mentionne Serge Schaal.

Dans mon restaurant, j'attache une importance précieuse au service, aussi importante que la cuisine ! Ce trophée est une belle vitrine pour votre métier. » explique Serge Schaal. « En tant que parrain du trophée, j'attacherai beaucoup d'importance au savoir-être, une qualité inhérente à notre métier. Les techniques de service sont indispensables, mais le savoir-être sera ce supplément d'âme au service du bien-être des clients. La cuisine du chef fait venir les clients, mais l'équipe de salle, elle, les fait revenir. »

« Je suis impatient de travailler sur le sujet et la prochaine réunion aura le 13 février au restaurant **Pierre Gagnaire** », indique le nouveau parrain, très investi dans ses nouvelles responsabilités, car pour la première fois, le trophée s'ouvre à l'international.

Serge Schaal sera accompagné dans sa fonction par plusieurs référents talentueux :

- **Philippe Rispal**, Responsable de la restauration - Institut Paul Bocuse (Lyon)
- **Antoine Petrus**, MOF Directeur Général - Taillevent (Paris)
- **Claire Sonnet**, Directrice du restaurant - Le Louis XV à l'Hôtel de Paris (Monaco)
- **Olivier Bilkao**, Directeur du restaurant - Le 39 V (Paris)
- **Thierry Villotte**, Président de la Confédération des Arts de la Table et Administrateur - Francéclat
- **Paola Wintenberger**, Attachée du Pôle Formation - Malongo
- **Sébastien Bove**, Responsable du Pôle Formation - Malongo
- **Benoite Lauvernier**, Chargée de mission - Association Service à la



**Hervé Parmentier, Patrick Chauvin, Stéphane Trapier, Denis Férault et Denis Courtiade**

## **Une ouverture à l'international**

Le service à la Française, ce savoir-faire unique s'exporte et est envié dans le monde entier. C'est pourquoi pour cette 3ème édition, le Trophée organisera **une sélection américaine à New York et une sélection Européenne à Bruxelles.**

## **Le Trophée du Maître d'Hôtel**

Organisé par l'Association Service à la Française, ce concours a été initié en 2015 pour valoriser et représenter l'Art du service et de la table. A l'origine du concours, 5 passionnés, professionnels reconnus : **Denis Férault - MOF, Denis Courtiade, Hervé Parmentier, Stéphane Trapier et Patrick Chauvin - MOF.** Tous ont à cœur de mettre en lumière le talent et l'exigence de leurs métiers ainsi que des femmes et des hommes



qui l'incarnent.

Pour remporter le titre et succéder à **Elsa Jeanvoine (2017)** et **Benoit Brochard (2019)**, Maîtres d'Hôtel, chefs de rangs ou sommeliers devront porter les valeurs de respect, d'élégance et de générosité chères au service à la Française. Le tout, en prouvant leur maîtrise, leur curiosité, leur rigueur mais aussi leur capacité d'adaptation et d'innovation.



Elsa Jeanvoine a remporté le titre en 2017

---



## **Le tourangeau Yoann Gregory en finale des MOF Maître d'Hôtel**

**Le concours « Un des Meilleurs Ouvriers de France Maître d'hôtel du service et des arts de la table » se déroule les 7 et 8 novembre 2018 à l'hôtel Barrière de Deauville (14).**

**Le directeur du restaurant Yam'Tcha à Paris, Yoann Gregory, tourangeau d'origine, fait partie des 11 finalistes.**



Yoann Gregory ©Magazine Le Chef

**Yoann Gregory** est originaire de Saint Avertin (37) , et a passé un bac

technologique hôtellerie-restauration au **lycée d'Hôtellerie et du Tourisme du Val de Loire** à Blois (41)

Il dirige aujourd'hui le restaurant parisien **Yam'Tcha** après avoir travaillé en Touraine aux côtés de **Rémy Giraudau Domaine des Hauts de Loire** (41) comme demi-chef de rang en 2004 et d'**Olivier Arlot** à **La Chancelière** à Montbazon (37) comme directeur de restaurant de 2012 à 2013.

Le sujet de la finale 2018 du concours « Un des Meilleurs Ouvriers de France maître d'hôtel du service et des arts de la table » vise la modernisation du métier. Pour préparer les candidats au titre « Un des Meilleurs Ouvriers de France » à l'évolution de leur métier, les sujets de l'épreuve finale s'articulent autour du chef-d'œuvre : « La production de service d'un dessert ».

Ce chef-d'œuvre représente la synthèse des compétences commerciales et techniques d'un service en salle.

Le Jury attend des candidats leur capacité à magnifier cet instant du repas par une finition et une relation client personnalisées.

Plutôt que d'attendre la réalisation d'un service classique, le jury souhaite être surpris par les candidats dans leurs choix du service de ce dessert et le soin qu'ils apporteront pour concevoir une expérience nouvelle, capable de créer de l'émotion dans le regard du client.



Le maître d'hôtel est porteur de l'image de son entreprise, il doit aussi maîtriser les techniques de communication qui la valorisent, c'est la raison d'être de l'épreuve « exposer son travail dans une capsule vidéo » qui permettra de matérialiser sa prestation éphémère et démontrera sa maîtrise d'une nouvelle compétence que l'on voit éclore sur les réseaux sociaux.

Pour préparer les futurs lauréats « Un des Meilleurs Ouvriers de France » à des situations auxquelles ils pourraient être confrontés, les candidats seront mis en situation d'une « interview en anglais avec la presse internationale ».

Pour valoriser leur métier et le rendre attractif auprès des jeunes en recherche d'une orientation, les candidats auront à « former les commis pour les inclure dans leur scénographie du service ».

Lors de l'épreuve du Grand Oral, les candidats devront soutenir un dossier portant sur « l'exploitation des apports de la digitalisation dans les pratiques



quotidiennes du métier ».

Le délai supplémentaire accordé aux finalistes, pour préparer cette conception contemporaine des épreuves doit permettre aux candidats de relever le défi de toute une profession face aux évolutions technologiques.

## **RELIRE**

8/11/2018 : découvrez les 6 Lauréats du concours « Un des Meilleurs Ouvriers de France Maître d'hôtel du service et des arts de la table »

Les 11 finalistes du concours « Un des Meilleurs Ouvriers de France Maître d'hôtel du service et des arts de la table »