



Résultats de la 18^{ème} édition du concours Ô Service « Il était une fois le Maître d'Hôtel de demain »



Pour la 18^{ème} année consécutive le concours « Il était une fois le Maître d'Hôtel de demain », concours créé et porté par Denis Courtiade, Président de l'association Ô Service des Talents de Demain depuis 2012, directeur du restaurant gastronomique au Plaza Athénée, et Corinne Hacquemand, professeure agrégée au lycée hôtelier Hyacinthe Friant à Poligny Jura, a révélé ses gagnants lors de la remise des prix du mardi 31 mars dernier.

Trois dossiers se sont particulièrement distingués, avec des résultats très serrés, et c'est **Héloïse BARD**, apprentie au restaurant Le Bistrot Saint Pierre à Lugny, qui, cette année, monte sur la 1^{ère} marche du podium et profitera donc d'un repas gastronomique au Plaza Athénée avec la personne de son choix. Le podium est donc le suivant :

Gagnante : Héloïse BARD, qui a proposé un dossier bien présenté, structuré, et un texte incarné. Héloïse propose, de mettre en place un **QR code placé sur les tables du restaurant. En le scannant, les clients auraient accès à une plateforme interactive présentant les différents métiers de la salle.**

2^{ème} place : Julien GREMAUD, dont le dossier proposant beaucoup de matière et une belle conclusion. Julien propose la mise en place d'un **outil qui se nommerait « service inside » reposant sur une immersion courte (5 à 7 minutes) dans le quotidien réel d'un professionnel du service**, à travers une mise en situation interactive. Le public accèderait à l'expérience via une borne numérique interactive ou une vidéo immersive à 360°, en réalité virtuelle. Ceci permettrait au grand public de découvrir le métier d'un Maître d'hôtel en interaction avec son équipe et sa clientèle notamment.

3^{ème} place : Séan GUERIN-DAUVERGNE et Heather LAGUERRE, dont le dossier a plu pour son style direct et la richesse des annexes proposées. Heather et Séan proposent diverses solutions : reportage populaire, article de presse, émission de télé-réalité, QR code menant à un site décrivant le parcours de plusieurs professionnels reconnus, mais aussi un label « service d'art ».



La synthèse des dossiers fait ressortir que la notion de « faire-savoir » désigne l'ensemble des actions mises en œuvre pour **rendre visible, compréhensible et attractif un métier : il ne s'agit pas seulement de bien travailler, mais aussi de montrer et valoriser son travail.** Maîtriser le « faire-savoir » c'est donc lutter contre des idées préconçues comme celles qui circulent au sujet des métiers de la salle, vus souvent comme un simple ballet d'assiettes alors qu'il existe une organisation millimétrée en coulisses.

Les moyens mis en œuvre ces dernières années pour faire-savoir et donc mettre en avant les métiers de la salle sont souvent centrés sur l'organisation de concours de plus en plus nombreux organisés par les lycées et par les entreprises elles-mêmes. Ces concours (dont celui-ci, humblement) permettent de faire parler de ces métiers dans les médias.

Mais faire-savoir efficacement implique d'identifier précisément :

- **Ce qui doit être mis en lumière** : souvent, les techniques de salle le sont, ou les mises en place, l'ambiance de la salle, mais est-ce vraiment l'essentiel de ce métier et surtout est-ce ce qui est le plus à même d'attirer les vocations ? Savoir organiser, recevoir, manager avec bienveillance, compétence et efficacité une équipe dont les attentes ont évolué, ne sont-ils pas des savoir-faire plus valorisants et plus prépondérants finalement ?

- **La cible** : la parution d'articles ou de reportages courts dans les médias professionnels est en hausse mais est-ce la bonne cible ? Qu'en est-il de la médiatisation auprès du grand public ? Ne serait-ce pas les collégiens et leurs parents, en recherche d'orientation, qu'il faudrait pouvoir toucher plus particulièrement plutôt que des professionnels s'adressant à d'autres professionnels ou aux apprenants ayant déjà fait le choix de cette voie ?
- **Le meilleur canal pour faire-savoir** : il s'agissait là, donc, du cœur du sujet de ce 18^{ème} concours...

Pour faire savoir il ne suffit pas de réaliser un travail et de bien le réaliser : il faut avant tout savoir mettre des mots sur ses actions afin de faire comprendre. **Faire savoir devient dorénavant une compétence à part entière.** Car vous aurez beau être le meilleur de votre profession, si vous ne communiquez pas sur votre métier et sur les compétences que vous avez dû apprendre à maîtriser pour devenir le meilleur, personne ne se rendra compte du travail que cela représente d'être à votre place.

Or, au restaurant, les clients ne voient qu'environ 30 % du travail de la salle : 70 % de ce travail est invisible. La gestion des émotions, l'observation incessante, l'anticipation des besoins, l'adaptation permanente aux différents clients et aux aléas, la coordination du travail en équipe et donc la parfaite maîtrise du management opérationnel : la majeure partie du travail est intangible et pourtant bien réelle.

Au travers les dossiers reçus, hormis les propositions faites par les gagnants, d'autres pistes ont été évoquées comme :

- Un **film, long métrage**, ayant pour personnage principal un Maître d'Hôtel dans le cadre de l'exercice quotidien de son métier (Édouard Maupin) ;
- Un **casque de réalité virtuelle mis en place lors d'un salon de la gastronomie** pour créer une expérience immersive, plongeant le public au cœur d'un service ponctué d'aléas à gérer (Lucie Ouachée) ;
- La mise en place de **bornes interactives dans les centres commerciaux, culturels ou dans les salons et forums d'orientation**, ces bornes donnant accès à des vidéos de flambages ou tranchages, des photos de mises en place, des vidéos de témoignages des professionnels par exemple (Flavie Kuhn et Émilie Goudot) ;
- La création d'une **Bande Dessinée à destination d'un public jeune**, racontant le quotidien des Maîtres d'Hôtel, chefs de rangs, serveurs, commis, chaque épisode montrant un service complet avec ses imprévus, ses réussites, ses difficultés et la coordination nécessaire entre les membres de la brigade (Jeanne Epinat) ;
- La création d'une **application ou d'un jeu mobile** comme il en existe pour la cuisine, avec un planning hebdomadaire à réaliser, ou encore un plan de salle avec certaines contraintes, ou un jeu de rôle pour répondre à une réclamation client durant un service (Édouard Maupin)
- La mise en place d'un site internet compilant des vidéos de type « caméra embarquée » (vision POV) référencées par métier et par concepts de restaurants, afin que le spectateur se sente presque acteur. Ces vidéos pourraient également être diffusées en formats courts sur les réseaux sociaux (Margot Geoaffray et Mattéo Franchini).



Autant d'idées qui pourraient permettre, au fil des ans, de mieux faire connaître nos métiers au grand public qui ne sait parfois pas ce que le titre de « Maître d'Hôtel » signifie réellement, l'assimilant souvent au Majordome dans l'imaginaire collectif.