

Le 31/10/06 – Thierry Poupard pour Néorestaurations – Chronique N°9 : Novembre 2006

## ACCUEIL PARFAIT, ATTENTE MAÎTRISÉE

Un repas est un plaisir et doit le rester

La vie est un long chemin parsemé d'anecdotes. J'ai eu récemment, ce qu'il est convenu d'appeler une vraie, mauvaise *expérience* dans un restaurant de chaîne : accueil distant et attentes multiples : dix minutes pour être placé, un quart d'heure avant de passer la commande, encore dix minutes pour l'entrée, dix autres pour être desservi, plus d'un quart d'heure avant que le plat principal n'arrive, et encore, parce que je l'ai réclamé (il y avait une « erreur en cuisine »). Au bout d'une heure, je n'avais plus de temps pour le café. Pourtant, ou plutôt, c'est parce que pas moins de quatre personnes se sont occupées de moi, non que ce soit prévu dans les normes mais pour cause d'inefficacité opérationnelle : confusions dans l'affectation des commandes aux tables (une serveuse m'a proposé un dessert qui était en surnombre à la table voisine), retours en cuisine, allers et venus inutiles, risques d'erreurs sur les additions, pertes de temps, tables qui attendent d'être redressées, agitation, stress, etc. On m'a gentiment offert le vin comme dédommagement (ouf !), mais ce fut un repas déplaisant.

Au-delà du produit et du lieu, un repas devient un réel plaisir quand le service est impeccable, c'est à dire avec un accueil parfait et une attente maîtrisée. Le client qui en bénéficie propage sa satisfaction dans son entourage parce que le plaisir d'un repas se communique assez mal par la publicité mais très bien par le bouche à oreille qui est, non seulement, l'unique mais le meilleur média pour les enseignes indépendantes et les petites chaînes. Le plaisir de servir, le plaisir d'être bien servi est une tendance que tous les restaurateurs feraient bien d'intégrer. Certains pays l'ont assimilée mieux et plus tôt que d'autres et il serait triste, voire économiquement pénalisant, que notre pays y demeure à l'écart. Le plaisir peut, sinon résoudre, du moins atténuer la problématique aigue des 35 heures...

C'est au patron du point de vente de donner l'influx à son équipe. Il en existe un qui a poussé au paroxysme son sens de l'accueil, du service et de la gestion de l'attente. Son large sourire vient accueillir tous ses clients - un à un, sans exception - dès l'entrée, il demande le prénom de ceux qu'il ne connaît pas, puis lance un tonitruant « Champagne pour Christian et ses amis !!! » Un serveur apporte les coupes remplies sitôt la phrase lancée. Et, tout à coup, l'attente est décontractée et bien vécue. D'autres personnes arrivent ; les bouchons n'arrêtent pas de sauter. Le patron s'agite, court dans tous les sens, fait une halte à chaque table pour parler et blaguer avec les clients, accélère le service avec des « Hop, hop, hop !.. » à l'attention du personnel. Une table libérée ne met pas cinq minutes pour être débarrassée, nettoyée et redressée. Bref, ça ne traîne pas. Le champagne (du vrai), offert en quantité, constitue un manque à gagner certain, mais il est doublement compensé : psychologiquement, pour les clients, par le plaisir de cette attente écourtée grâce aux bulles et, économiquement, pour le restaurant, par le contenu des commandes (si l'apéritif est offert, on a tendance à commander plus) et surtout, surtout, par les prochaines visites des clients ainsi fidélisés. Cuisine française de très bonne qualité, prix non excessifs, pression terrible sur le personnel pour un service rapide, efficace, souriant et le pourboire est à l'avenant. Tout le monde s'y retrouve. Ça se passe aux Etats-Unis et il serait difficile d'institutionnaliser le *champagne pour tout le monde* de ce patron hors normes, mais la perfection de son accueil et sa maîtrise de l'attente, bref, la qualité de son service fait qu'il n'est pas interdit de s'en inspirer.