

Le 27/06/07 – Thierry Poupard pour Néorestaurations – Chronique N°22 : juillet 2007

« MERCI » N'EST PAS UN GROS MOT

Accueil, efficacité et politesse sont des plats qui se partagent à trois : patron, personnel et clients

Il y a, en France, des valeurs qui se perdent. Et ce n'est pas la faute à la mondialisation mais au laxisme dont trop de gens font preuve en termes de courtoisie, de savoir-vivre et même de respect. Ce déficit chronique dans les relations humaines laisse à penser que la pratique de la politesse relève d'un autre âge. Remercier paraît douloureux ; merci fait figure de gros mot. Assurément, ceux qui sont allergiques aux bons usages doivent penser que ça fait ringard, que ça met en position de faiblesse vis-à-vis de l'autre, que c'est superflu.

Or, la restauration ne peut s'affranchir des règles de bienséance et de politesse puisqu'elle repose dessus. Toutes les études prouvent que l'insatisfaction du consommateur est grande en la matière et est-il besoin de rappeler que l'accueil et la courtoisie font partie des tous premiers critères dans le choix d'un restaurant, juste après le type de nourriture et le prix mais loin devant le décor et l'ambiance. Côté clients, il y a des gens biens et d'autres qui, venus dépenser leur argent, ne voient pas pourquoi ils devraient remercier la serveuse ou le serveur qui dépose l'assiette sur la table. Recevoir un produit leur apparaît comme un dû. Ceux qui se complaisent dans ce comportement devraient se rabattre sur la distribution automatique. Quant au personnel, concentré sur l'essentiel de la transaction, il en oublie souvent l'habillement, la forme. Obsédé par sa rapidité d'exécution, stressé, il en perd tout sens de la convivialité, toute chaleur. De telles postures réduisent les échanges à minima.

Dans le service le mimétisme joue à fond : si le personnel est accueillant, sympathique, souriant, poli, il y a fort à penser que la source en est le patron lui-même. A contrario, on n'a jamais vu un personnel doté de telles qualités lorsque le dirigeant est un misanthrope. Même après des formations puisque chacun connaît bien la force, donc les limites, de l'exemplarité. Celui qui dit à ses équipes de bien servir les clients s'adresse à leur cerveau gauche, à leur logique de professionnels froids dont la prestation sera au mieux convenable, tandis que celui qui demande à son personnel de faire plaisir aux clients parle à leur cerveau droit, à leur sensibilité de femmes et d'hommes dont la prestation sera empreinte d'émotion, de proximité, d'attention, de chaleur et, à n'en pas douter, elle sera supérieure à celle du premier cas. Le service c'est le paquet cadeau qui enveloppe le produit. Il y en a qui sont faits avec goût et raffinement quand d'autres sont approximatifs ou bâclés. Et chacun sait que l'emballage exerce un rôle d'amplificateur de la satisfaction que va procurer ce qui est à l'intérieur. Une prestation de service impeccable génère chez celle ou celui qui la reçoit un pourboire généreux, une envie de revenir et un prosélytisme alentour. Un modèle d'excellence dans le service est expérimentable chez Pétrus (Place du Mal Juin, Paris XVII^e) où chaque membre du personnel salue votre arrivée, où tout le monde sans exception, de la serveuse débutante au directeur est avenant, attentif, attentionné même, poli, gentil et souriant, cela va sans dire. Assurément, le nouveau propriétaire a su transmettre ses propres qualités et doit être un fervent adepte des formations motivantes. Il n'y a pas de compromis entre efficacité et politesse, la première n'étant pas réservée à la restauration rapide et la seconde au haut de gamme.

La restauration connaît bien le SMIC ; elle devrait découvrir le SMAC - le service maximum convivial - et en décerner chaque année les palmes aux meilleurs.