

# **Séminaire INRA de gastronomie moléculaire**

## **Tenu à l'Ecole supérieure de cuisine française le 21 décembre 2006**

### **1. Résultats envoyés, à propos des séminaires précédents :**

#### **1.1. A propos de meringues**

##### **1.1.1. Reçu d'Eric Kalinowski :**

En mai 2004, nous avons étudié la qualité organoleptique de quatre meringues différentes (près de 130 en fabrication) issues de blanc d'œuf en poudre, d'œufs standards, d'œufs de "poule plein air" et d'œufs Label Rouge à masse constante (c'est-à-dire 250 grammes de blanc) et chauffage à 120°C et retrait immédiat en fin de cuisson en four ventilé.

Les résultats sont surprenants: sur le plan visuel (le taux de foisonnement avait été pris en compte) et gustatif : les plus belles meringues obtenues ne sont pas forcément les meilleures pour les papilles. Or l'acte d'achat du consommateur est toujours le fait du visuel ... au détriment des blancs d'œufs Label Rouge de poules élevées en pleine air!

##### **1.1.2. Reçu de Michel Grossmann :**

#### **Objectifs :**

L'objectif était d'étudier la cuisson de la meringue italienne, afin de savoir si la texture finale pourrait s'approcher de celle d'une meringue française.

#### **Matériels et méthodes**

##### **Ingrédients :**

Sucre semoule: 225 g + 25 g.

Eau : 62 g.

Blancs d'œufs: 120 g

##### **Progression de la recette.**

- Cuisson à 121°C de 225 g de sucre et 62 g d'eau.
- Montage des blancs d'œufs au batteur
- Meringage avec 25 g de sucre
- Incorporation du sucre cuit aux blancs montés
- Refroidissement de la masse au batteur/mélangeur
- Dressage de la meringue
- Pochage de la meringue en rosaces cannelées de 5 cm de diamètre environ, sur tapis de cuisson (Silpat)

- Cuisson pendant 45 minutes à 120°C et 7 heures à 90°C

Observations :

1. Dans la première phase de cuisson, la meringue gonfle très légèrement. Sa couleur est très blanche.
2. Lors de la deuxième phase de cuisson, progressivement la meringue perd du volume et prend une couleur très légèrement jaune.
3. En fin de cuisson, dans l'enceinte du four, la meringue reste un peu molle sous le dessous de la rosace et donne la sensation de coller en surface. La meringue donne l'impression de ne jamais pouvoir sécher. Mais sitôt sortie du four, cette sensation disparaît. Au bout de quelques secondes, la partie "molle" durcit.
4. Au terme de la cuisson et après refroidissement: la surface reste légèrement collante sous la pression des doigts.
5. Le volume est inférieur au volume initial : on constate un léger affaissement de la masse sans toutefois voir une déformation des motifs de la rosace. En soulevant une rosace, le rapport volume/poids donne une sensation de lourdeur à la meringue par rapport à la meringue habituelle.
6. La couleur est un peu jaunie en surface. Lorsque l'on coupe en deux la meringue, on remarque que l'intérieur est d'une couleur plus soutenue que la croûte.
7. La structure est finement alvéolée et compacte. En l'écrasant entre les doigts, elle se réduit en poudre, mais une petite partie s'agglomère et colle.
8. Lorsqu'on la croque, elle colle sous la dent. Elle fond facilement au contact de la salive et une partie s'agglomère en une pâte collante sous la dent lors du masticage, puis fond comme un bonbon.

### **Conclusions:**

La meringue Italienne se cuit et se dessèche complètement. Sa couleur brunit très légèrement, son volume se réduit. Sa structure est plus dense et plus lourde en fin de cuisson. Une partie du sucre cuit reste collant.

### **1.1.3. Reçu de Michel Grossmann :**

#### **Objectifs :**

Confection d'une meringue Italienne avec un sucre cuit à +127°C.

#### **Matériels et méthodes**

Ingrédients :

Sucre semoule: 225 g + 25 g.

Eau : 62 g.

Blancs d'œufs: 120 g

Progression de la recette.

- Cuisson à 127°C de 225 g de sucre et 62 g d'eau.
- Montage des blancs d'œufs au batteur
- Meringage avec 25 g de sucre

- Incorporation du sucre cuit aux blancs montés
- Refroidissement de la masse au batteur/mélangeur
- Dressage de la meringue
- Pochage de la meringue en rosaces cannelées de 5 cm de diamètre environ, sur tapis de cuisson (silpat)

Idem ci dessus. La cuisson du sucre à + 127°C donne une pâte à meringue un peu plus consistante.

#### 1.1.4. Reçu de Michel Grossmann :

##### Objectifs :

Contrôle de la température de la pâte à meringue Italienne.

Lors de la confection de la meringue italienne au moment du mélange du sucre cuit à 121°C aux blancs montés, la température de la masse atteint +60°C et une minute plus tard 50°C, puis 42°C, 35°C de minute en minute.

Cette mesure permet d'estimer les risques microbiologiques

Une question d'hygiène alimentaire fut soulevée en ce qui concerne la pâte à meringue. Le sucre cuit à 121°C mélangé aux blancs d'œufs aurait-il une action microbicide?

Imaginons une contamination par *Salmonella enteridis*. Ce type de microbe (comme presque tous les coliformes fécaux), est thermosensible, l'action de la chaleur le détruit. Mais certains libèrent des toxines qui sont souvent thermostables. Le seuil thermique microbicide se situe aux environs de 55°et 65°C pour ces types de microbes (environ 15 minutes à 65°C pour certaines salmonelles).

Il y aurait certainement destruction de beaucoup de microbes au contact du sucre cuit, mais beaucoup resteraient sans doute bien vivaces et dans une zone de température favorable à la multiplication microbienne aux environ de 40°C, le risque microbien subsisterait-il?

Par ailleurs, le sucre intimement lié aux blancs montés a peut-être, et dans quelle mesure, un rôle bactéricide.

Pour répondre avec certitude, l'analyse de prélèvements, avec une étude de vieillissement reste le moyen le plus sûr pour une évaluation fiable.

#### 1.1.5. Reçu de Marie-Claire Frédéric :

##### Objectifs :

Chercher une différence éventuelle entre des meringues sorties du four après cuisson, ou laissées refroidir dans le four.

##### Protocole :

Le jour précédant le dernier séminaire, j'ai fait des meringues :

- 3 blancs d'œufs, soit 115 grammes,
- 230 grammes de sucre (pesés sur une balance "ménagère")
- Blancs fouettés avec incorporation progressive du sucre
- Dressage des meringues sur une plaque doublée d'un papier sulfurisé

- Cuisson au four préchauffé à 100°C, chaleur tournante, pendant 1 heure (un thermomètre dans le four montrait que la température oscillait entre 90 et 100°C)
- Après une heure, les meringues étaient sèches en surface, et se décollaient du papier sulfurisé
- Une meringue sur deux est retirée, et placée sur une grille à 19°C
- Les autres meringues restent dans le four éteint (après une heure, la température du four était de 50°C, et après deux heures, la température du four était égale à la température ambiante)
- Comparaison des meringues le soir du jour de l'expérience.

### **Conclusion :**

Le résultat était très net : les meringues qui étaient restées dans le four étaient sèches et croquantes. Les autres étaient sèches aussi en surface, mais avaient un cœur un peu collant sous la dent.

Quelques jours plus tard, ce côté collant a disparu, mais ces meringues étaient friables et le centre légèrement plus mou que la surface.

Certains aiment les meringues ainsi faites : croûte croquante et cœur moelleux... Mais les autres, les sèches, étaient vraiment meilleures.

#### **1.1.6. Reçu d'Odile Renaudin :**

<http://www.sciencesetgastronomie.com/meringue/meringuegm2006.htm>

## **2. Thème du mois : le travail en salle**

### **2.1. Reçu de Michel Grossmann :**

Extrait du livre de François Simon, *Toscane* (éditions Assouline), qui reflète de façon humoristique le passage du service du plat à l'assiette.

« Rob avait été tiré de ce songe fielleux par les garçons de salle qui s'affairaient de façon trop évidente. D'habitude, il les tenait à l'œil. S'il avait pu les réduire à l'état de moquette, il l'aurait fait. Il en connaissait même le coloris, mitard, muraille, cachot. Comme beaucoup de chefs, Rob nourrissait pour la salle une paisible détestation. Question d'hygiène mentale. Quant il avait débuté, il se souvenait de ces têtes à claques. C'était eux les chefs. Pire encore: c'était des rois. Ils paradaient, sentaient bon, pouvaient plonger dans le décolleté des femmes. Ils ramassaient les pourboires et se laissaient éclabousser des flashes des photographes lorsque les édiles locaux venaient gueuletonner. Pire encore que des rois, des tyrans arrogants. Ils engueulaient les cuisines, ces pauvres miteux suant sang et eau. Il se voyait repartir à pas d'heure sur sa mobylette bleue. Eux les pingouins, avaient le droit au taxi, lorsque quelque alanguie ne leur avait pas donné son numéro de chambre. C'est ce soir là que Rob comprit comment... Mais le lendemain les pingouins étaient toujours là. Ils prenaient toutes leurs aises. C'étaient eux qui faisaient la cuisine en direct devant le client. Ils flambaient les volailles, les découpaient d'un geste auguste. On les tranchait pendant que les

filets de sauce rejoignaient l'argenterie. On flambait tout, viande, sandre, crêpes. Les tablées restaient médusées par cette alchimie écumante : sabre, animaux présentés vivants revenant morts, flamme bleutée... C'est ce soir là que Rob comprit comment sortir de cette injustice faite de sauces montées et de sabayons moussus. Il suffisait de préparer les assiettes en cuisine, de les rendre abouties et donc intouchables... En quelque mois, les anciens maîtres du monde étaient devenus de transparents porte-assiettes. Bah, de temps en temps, il leur était permis de tourner le poivre du moulin... »

## **2.2. Reçu de Christophe Martin :**

Voici un avis personnel sur le devenir du maître d'hôtel, dans cette époque qui vise à la polyvalence et l'adaptation des personnels de restauration :

- le maître d'hôtel devient de plus en plus un maître d'hôtel/sommelier (et je ne prêche pas du tout pour ma paroisse, quoique...), mais la cave et la gestion des vins reste un secteur sensible en terme de coût et de chiffre d'affaires. C'est de plus un domaine tellement spécialisé voire compliqué pour le premier venu qu'il faut des gens éduqués et formés. Les clients sont d'ailleurs de plus en plus esthètes, et comme les sommeliers à proprement parlé sont extrêmement rares, à part les établissements haut de gamme que nous connaissons tous, c'est généralement le maître d'hôtel ou le patron qui par défaut prend la responsabilité de ce poste avec les maladresses qui en découlent....Ils font élaborer leur carte des vins par des négociants ou des chefs de rayon qui en profitent pour placer des produits à forte marge...
- d'autre part, j'ai l'impression mais je me trompe peut-être que le maître d'hôtel perd son aura et son titre au profit du "manager" qui donne une connotation plus dynamique, plus actuelle de la fonction du maître d'hôtel (adieu les majordomes un peu pincés). Celui-ci est davantage un animateur, un vendeur, un formateur, un modèle pour ses troupes plus qu'un personnage charismatique inaccessible qui joue du trancheur au dessus de cette pauvre selle d'agneau pas assez cuite et qui sera de toute façon servie froide...

## **2.3. Reçu Philippe Roche ([philipperoche@wanadoo.fr](mailto:philipperoche@wanadoo.fr)) :**

Que deviendra la profession de maître d'hôte ? Je n'ai pas la réponse, amis je me suis livré à une réflexion dont je vous livre les résultats.

Retiré depuis quelques années, j'ai fait toute ma carrière dans l'hôtellerie, tant en France qu'à l'étranger dans une phase de formation, puis dans l'hôtellerie de luxe parisienne, où des responsabilités m'ont été confiées à la tête de quelques uns des plus grands palaces de Paris : le Plaza-Athénée, dont j'étais directeur au début des années 70, puis directeur général ; le Sofitel Paris ; le Bristol ; le Crillon dont j'ai été directeur général dans les années 80 ; puis l'Hôtel Meurice, où j'ai terminé comme directeur général de dans les années 90, entre autres. J'ai notamment participé à la rénovation de ces palaces après la période de léthargie dans laquelle ils étaient plongés : persuadés que les palaces ne pouvaient qu'offrir une gastronomie de pointe et de qualité, quelques collègues et moi-même avons œuvré pour que les restaurants de palace retrouvent leur prestige. J'ai donc été un des observateurs privilégiés de l'évolution de la clientèle, des acteurs de la restauration, de l'arrivée des nouveaux équipements, et, partant, de nouvelles approches de la gastronomie, des nouvelles lois sociales, et, naturellement de l'exigence des propriétaires.

## Évolution de la grande restauration, dans les palaces parisiens entre 1970-2000

Pour mieux la comprendre, un rapide retour historique et un état des lieux de la restauration dans les palaces en 1970 s'imposent.

Le pays était alors au mieux de sa forme économique, depuis la guerre. Les échanges économiques, touristiques, étaient redevenus prospères ; la vie culturelle s'épanouissait. La clientèle aisée voyageait à nouveau vers la vieille Europe, et si certains restaient fidèles aux grands transatlantiques, d'autres leur préféraient les compagnies aériennes, en plein développement.

Les grands hôtels n'avaient aucun besoin de faire des efforts de commercialisation ; ils se remplissaient sans aucune difficulté. Le manque de concurrence, la sous-capacité hôtelière par rapport à la demande ne stimulaient ni le progrès, ni les investissements.

La restauration d'apparat dans les palaces n'était pas génératrice de profits, car la clientèle fréquentait plutôt les grandes tables de l'époque : Taillevent, Lasserre, la Tour d'argent, Maxim's, Lucas-Carton, le Grand Véfour entre autres. Les hôteliers avaient plutôt tendance à se replier sur l'activité la plus rentable : l'hébergement.

Caractéristique de la modernisation de l'économie, une autre demande apparaissait : le marché des congrès et séminaires était à la recherche de grandes salles de réunion, car, en dehors des grands hôtels datant du Second Empire, qui avaient des salles de bal, il n'existait pas encore de palais des congrès, avec leurs facilités de restauration pour ce genre d'activités. Pour les palaces, l'aubaine était double : ils pouvaient louer leur grande salle à manger devenue désuète, et faire tourner les cuisines. On était loin du souci d'apporter de la qualité culinaire.

Puis, dans la première moitié des années 70, l'hôtellerie moderne de grande capacité s'est développée : chambres équipées de salle de bain moderne, climatisation, téléphone automatique, salles de réunion de toutes tailles, avec un matériel audiovisuel intégré.

Les palaces avaient du souci à se faire, car la concurrence était importante, même si l'argument du « service personnalisé » était utilisé. Il fallait entreprendre des travaux de modernisation. C'est en effet ce qui s'est passé à partir de 1970, au Plaza-Athénée, Bristol, Ritz, Crillon, dans un premier temps pour n'en citer que quelques uns. Enfin les chambres allaient être dotées de salles de bain luxueuses, les espaces publics étaient ou bien rafraîchis ou bien transformés somptueusement.

Restait le problème de la restauration : prestation incontournable ou gastronomie, ou pourquoi pas les deux ?

Pourquoi ne pas retenir cette clientèle quasi captive à haut pouvoir d'achat, d'une part, et utiliser la salle à manger pour sa fonction initiale, en écartant un profil de clientèle non adapté à ce genre de maison, et, d'autre part, attirer la clientèle parisienne, qui boudait la restauration de palace, et s'en servir par leur relation comme d'un relais publicitaire ? D'autant que ces maisons disposaient notamment de superbes, avec de remarquables locaux d'accueil, des grooms, des voituriers nombreux, dont ne disposaient que rarement les restaurants de ville ? En outre, les prestations en étage à toute heure du jour ou de la nuit obligent ces maisons à maintenir des effectifs importants.

Beaucoup de grands chefs se sont formés dans les palaces : les structures qu'ils y ont trouvées n'ont d'équivalent dans aucune autre forme de restauration : équipements, effectifs, commercialisation, image ! A l'instar du Relais Plaza, au succès incontestable, les palaces ont, outre leur restaurant dit de « grande carte », ouvert une restauration plus proche du style brasserie, avec un service à l'assiette.

Dans cette activité, le maître d'hôtel est avant tout l'hôte qui accueille et sa prestation est bien entendu différente de celle de son collègue dans le restaurant de grande cuisine. On atteignait

ainsi un double objectif : assurance d'une prestation obligatoire minimum, d'une part, et mise en valeur du palace par son image dans la gastronomie, sans négliger bien entendu la recherche d'un équilibre économique dans les deux cas, soit par le nombre de couverts, soit par le montant de l'addition moyenne.

Enfin on revenait aux grands principes de Charles Ritz et d'Auguste Escoffier, de M. Schwenter au Meurice, pour ne citer que ceux-là : la table devait être à la hauteur de l'accueil ou du sommeil offert aux clients, c'est-à-dire la meilleure. C'était le seul moyen de se distinguer de ces grands caravansérails modernes, pour s'affirmer sans craindre la compétition.

### Arrivons à l'évolution du statut de maître d'hôtel.

Jusqu'à une certaine époque, les maîtres d'hôtel en contact avec la clientèle recueillaient la reconnaissance, laquelle se manifestait généreusement. Le jeu du maître d'hôtel à l'accueil ou devant la table du client, derrière le guéridon de service, avait souvent pour objectif la récompense financière. Les mets étaient présentés sur plat, et l'on pratiquait le découpage, la tranche, le flambage devant le client ; les maîtres d'hôtel habile en rajoutaient et jouaient de la manchette. Ils ramassaient la gloire, non sans un certain mépris pour les cuisiniers qui voyaient leur travail de création peu respecté, des présentations savantes ruinées et, surtout, les mets refroidis pendant cette partie de spectacle.

Pour être complet, il faut aussi mentionner deux points importants.

- (1) un mode de rémunération fondé sur le pourcentage de service encaissé auprès de la clientèle porteur, mode de rémunération d'autant de défauts que de vertus, d'ailleurs en cours de réforme dans beaucoup de maisons.

Historiquement, ce mode de rémunération avait été créé par une loi de 1936 pour assurer un revenu au personnel qui, jusque alors, dépendait exclusivement du bon vouloir de la clientèle. La législation sociale a bien évolué, heureusement, mais les dispositions sur la loi sur la répartition des sommes encaissées au titre du service ont créé et créent probablement encore des difficultés relationnelles, tout dépend de la taille et de la classe de l'établissement. Pour l'entreprise, elles motivent le personnel de salle, d'une part, et, d'autre part, vont dans le bon sens pour le client. Encore faut-il que cette motivation soit expliquée et partagée avec toute la communauté de la restauration de l'établissement, sans tenir compte des périodes de forte inflation monétaire où les charges sociales indexées ne permettent plus alors à l'entreprise de faire des projets de modernisation. Dans le cadre du thème du séminaire, une réflexion s'impose sur ce point particulier.

- (2) La création du poste de Directeur de la restauration, inspiré des méthodes modernes de management (Food & Beverage Manager), avec le souci d'assurer une bonne gestion, mais qui structure les relations entre la direction de l'établissement tant avec le chef de cuisine qu'avec le directeur de restaurant.

Progressivement, les personnalités des chefs se sont affirmées et, du service au guéridon, on est passé au service à l'assiette. Présentation et garantie de température des mets ont pris le pas sur le spectacle. Les maîtres d'hôtel ont vu leur rôle se réduire, la clientèle demandait à saluer le chef, et, même, à s'entretenir avec lui. Bien entendu, et peut être surtout, les chroniqueurs gastronomiques ont joué un grand rôle en sortant de l'anonymat les réels créateurs que sont les cuisiniers. Ce n'était que justice, mais, ce faisant, les maîtres d'hôtels perdaient la vedette.

### Quel avenir pour les maîtres d'hôtel ? Ils sont indispensables.

Leur premier rôle, l'accueil et la prise de commande, les conseils ou recommandations au client. Ils doivent partager la foi dans les créations de leurs collègues cuisiniers, car ils en sont les meilleurs vendeurs, mais aussi les premiers à les informer de la réaction des clients à certaines des innovations apportées.

Ils doivent donc s'intéresser à ce qui sort des cuisines, mais aussi être écoutés par les chefs, à l'égo parfois sensible, petit défaut de tous les créateurs dans les métiers d'art. Ils sont aussi le relais de la curiosité des clients, de leur demande de nouveautés, même prêts, voire désireux d'être surpris.

Ils participent aussi, par leur présentation, leur courtoisie, leur diplomatie, qualités qui n'excluent pas une certaine efficacité (la clientèle est parfois pressée) au succès final : « satisfaction du client », et respect mutuel des acteurs de cette satisfaction pour le plus grand profit de l'établissement.

Une formation complète en cuisine les aidera à mieux comprendre le travail en amont, à apprendre à s'exprimer sur le goût des produits, à développer leur propre goût, à apprécier ce travail en brigade où le respect du créateur rappelle celui du capitaine d'une équipe de rugby, chaque joueur contribuant pour leur part à la réussite collective.

Les maîtres d'hôtel devraient s'inspirer du travail de leurs collègues sommeliers : la connaissance technique qu'ont ceux-ci donne une crédibilité supplémentaire aux produits qu'ils servent ; la clientèle les écoute, à condition naturellement qu'ils n'en rajoutent pas trop, ce qui est aussi une tentation bien humaine quand on veut ou quand on doit séduire (le plaisir de séduire doit se confronter à la satisfaction des clients ; il doit se conjuguer à de l'élégance, de la classe, de la réserve, de la discrétion... et du charme).

Derrière toute cette petite philosophie du métier, et comme dans toutes les professions, il y a :

- une part de logistique importante : organisation du travail, entretien et responsabilité d'un matériel parfois de valeur, encadrement de la brigade de restaurant
- en outre, et non des moindres, au regard des jeunes et de l'évolution de la société, un rôle pédagogique.
- Enfin, et pour tenter d'être complet, même si aujourd'hui la grande restauration est essentiellement dévolue au personnel masculin, on voit de plus en plus de femmes maître d'hôtel, la féminisation des emplois est un phénomène de société.

#### **2.4. Analyse du thème du mois :**

##### **Déroulement général :**

Une table de restaurant est dressée dans l'amphithéâtre où se tient le séminaire.

Partie 1. Un premier professeur de salle de l'ESCF (Monsieur Lacoste) a accepté de « jouer » le service, avec un participant du séminaire : les autres participants analysent et commentent.

Partie 2. Puis un second professeur de salle de l'ESCF (Patrick Perruchas), qui n'a pas assisté à la première partie, répète l'opération.

Partie 3. Discussion générale.



### **Observations effectuées pendant la partie 1 :**

Le vocabulaire choisi est typé : « petits légumes », « ce qui vous ravira », « finement taillé », « vierge », « longuement braisé »...

Dans un restaurant de luxe, l'atmosphère est douce

La relation client/maître d'hôtel conduit l'un à demander des conseils, et l'autre à expliquer : il y a donc une connaissance technique des produits et des apprêts culinaires.

Le vin fait souvent l'objet d'une demande de conseils ou d'explications, notamment les clients sont de plus en plus avertis ou désireux de l'être. Cela impose au maître d'hôtel de jouer le rôle du sommelier, dans les petites entreprises.

Se pose alors la question de l'association vins/mets

Lors de la présentation de la carte, alternative proposée.

Comment proposer l'eau : en demi bouteille ou en bouteille entière (discussion)

Le maître d'hôtel a un rôle important pour faire remonter des informations en cuisine.

Le maître d'hôtel, qui manie les noms, a un rôle essentiel à jouer dans les dénominations.

Est évoquée la question des clients difficiles. Il est d'abord signalé que ce sont ceux-là qui reviennent quand ils sont bien soignés. Les trois premières minutes sont essentielles, pour ces personnes. La contradiction ne semble pas être la solution, mais au contraire des gestes et comportement qui montrent que l'on a compris la demande. D'ailleurs, il faut sans doute éviter l'alternative client roi/ maître d'hôtel tout puissant (il est debout, alors que le client est assis), et chercher un troisième terme (l'humour est important pour détendre les situations compliquées).

### **Observations effectuées pendant la partie 2 :**

Lors de l'accueil, les phrases sont différentes.

Lors du service, la main est placée différemment, la démarche est également différente.

Pour la dépose de l'assiette, le pouce sur l'aile de l'assiette, et non dans le bassin

Débat : Le service obséquieux est sans doute une faute, parce qu'il fait montre d'une politesse feinte, alors que le service théâtral est sans doute important, parce qu'il montre que l'on fait un spectacle pour le client.

Est discutée la question des gauchers, qui doivent être servis spécifiquement : c'est une façon supplémentaire de montrer que le bonheur du client est la préoccupation du maître d'hôtel.

La seconde partie montre, par rapport à la première, que des styles de services différents sont possibles. Ils sont soit déterminés par la personnalité du maître d'hôtel, qui ne joue alors que sa personne, soit voulus par une même personne. Et si l'alternative comportait un troisième terme, à savoir que la même personne joue un rôle qui n'est pas le sien, mais celui qu'elle a voulu jouer ?

Thierry Demanche signale un phénomène sociologique qui doit être pris en compte : le temps accordé aux repas a diminué.

Audrey Tardieu signale qu'il y a une faute à dire ce qui est marqué sur la carte : le maître d'hôtel ferait mieux de donner des explications (qu'il doit donc avoir reçues ou demandées avant le service). Comparaison avec les guides des musées : si le guide ne fait que réciter le guide imprimé dont on dispose, il est inutile et redondant, ce qui est une faute.

### **Observation effectuées pendant la partie 3 :**

On identifie que le travail classique du maître d'hôtel se compose de modules :

### **1. Accueil :**

Cette étape est essentielle, parce qu'elle doit permettre d'identifier le caractère du client (profil psychosocial), afin de le servir selon sa nature.

Dès ce stade, on observe l'importance du langage.

Les deux professeurs ont cherché à mettre les clients à l'aise.

On évoque le cas de clients agressifs, soit par nature soit par faim, qu'il faut servir rapidement.

On observe une évolution : il y a seulement dix ans, on demandait une cravate aux clients, mais les remarques vestimentaires ne sont plus possibles aujourd'hui.

La maîtrise des langues semble indispensable : les maîtres d'hôtels modernes doivent certainement connaître l'anglais. Doivent-ils se préparer au chinois ?

Le maître d'hôtel n'a pas à s'offusquer qu'un client ne le salue pas, mais il peut dépister cette absence de politesse pour en tirer des conclusions psychologiques qui l'aideront à servir au mieux cette personne (préoccupée, impolie, agressive...).

### **2. placement :**

Les phrases d'accueil sont discutées : « je vous attendais », « je suis heureux de vous accueillir », « avez-vous réservé », « sous quel nom avez-vous réservé »... Ces phrases établissent un rapport entre le maître d'hôtel et le client.

### **3. proposition de la carte et prise de commande :**

Le maître d'hôtel doit bien connaître les produits et les plats, soit par des connaissances personnelles soit par les réunions d'avant le service

Là encore, la question du langage est essentielle. Les mots font rêver, et parler d'aliments donne faim. Comment développer un langage gourmand, qui dépasse les « petit café », ou « finement émincé » ?

Il y a débat sur la question de la description technique des mets : certains participants revendiquent des explications, une « vente pédagogique » des plats de la carte, et une traçabilité (sur la carte ? dite ?), observant que la période est favorable pour parler des produits, parce que le public est sensible ; d'autres ne sont pas intéressés par ces aspects, car ils veulent du rêve.

Il a été discuté la question de savoir si le client est roi dans ses demandes techniques. Bien entendu, l'objectif est de le faire revenir, mais l'exemple de Pascal Barbot, à l'Astrance, avec un menu imposé (un exemple qui fait tache d'huile) semble une meilleure façon de « mettre son cœur sur la table », que les restaurants où les clients doivent presque composer leurs assiettes (R. Ollitrault confirme que, dans une crêperie, la pratique de faire choisir les garnitures de crêpes aux clients ne fut pas couronnée de succès).

### **4. service des mets :**

Constat : la cuisine a pris le pas sur la salle (dressé sur assiette), de sorte que toute une partie technique du métier de salle a disparu.

Dans les restaurant à forte rotation, le maître d'hôtel doit presser les clients ; dans les deux cas analysés, la main qui ne sert pas est placée dans le dos, paume ouverte et pouce perpendiculaire aux autres doigts (il est observé que cette position est ambiguë, parce qu'elle peut laisser penser que l'on cache quelque chose)

Les fourchettes sont aujourd'hui placées à l'anglaise, pointes en haut, ce qui est à la fois absurde (les chiffres sont en effet visible seulement si les pointes sont en bas) et impoli (on ne montre pas des pointes à des gens que l'on accueille)

Si l'on sert par la gauche, l'assiette doit être tenue à gauche ; si l'on sert par la droite, l'assiette doit être tenue par la main droite. S'oppose ici une logique de dextérité et une logique de convention (la gauche est le côté du cœur).

Les gestes doivent-ils être appuyés pour être visibles ?

#### **5. débarrassage :**

Thierry Demanche signale qu'en Chine, le débarrassage est immédiat, sans quoi le client conclut qu'on ne fait pas attention à lui.

#### **6. au revoir :**

On évoque la tenue d'un registre, analogue au livre d'or des familles, pour le cas où le client reviendrait, ce qui permettrait de lui proposer des choses qu'il aime.

#### **Conclusions :**

Le métier de salle a été réduit à la portion congrue : accueil, vente, puis porte assiette.

Si on veut changer, le métier, il faut analyser chaque élément du métier, pour envisager ensuite des modifications :

- habits
- démarche
- langage
- espace de salle
- table
- couverts : a-t-on besoin d'assiettes, ou peut-on manger dans des récipients différents, ou même a-t-on besoin de contenants ? les fourchettes, cuillers et couteaux sont-ils vraiment nécessaires (non : la preuve, les baguettes), et s'ils ne le sont pas, qu'utiliser pour porter les aliments (lesquels ?) dans la bouche (pailles, siphons, etc.)
- ...

Pour chaque item, il serait utile de lister les gestes techniques qui peuvent être faits en salle, afin de les perfectionner, et aussi de les modifier.

La première règle semble être la même que pour la cuisine : le service, c'est d'abord de l'amour (on doit donner du bonheur aux clients), de l'art (il y a des façons d'être, de se comporter, cf. théâtralité), de la technique (gestes, comportements, savoirs...).

La salle doit être « lisible » (on doit venir dans un restaurant pour voir un maître d'hôtel), ce qui impose :

- théâtrisation
- techniques spécifiques (gestes en salle, discours technique)

Georges Carantino rappelle que, dans les siècles précédents, il y avait la cuisine et l'office. Le service est héritier de l'office, où il y avait de la confection. Le service pourrait s'enrichir s'il réinvestissait dans l'office.

La salle étant le lieu de la rencontre des clients et du personnel de salle, ce dernier doit être formé à la psychologie et à la politesse. Il faut apprendre à reconnaître (et à servir différemment) des personnes de caractères différents (autoritaires, timides, gais, tristes, agressifs...).

Il y a lieu de poursuivre les gestes techniques en salle (dans la mesure où ils ne gênent pas les clients pressés, et qu'ils ne font pas manger froid) :

- flambages
- découpe
- services de boissons : non seulement vin, mais thé, comme en sortie de restaurant chez Pierre Gagnaire, ou bien infusions, comme chez Pétrossian quand Philippe Conticini était le chef, vin chaud aux épices, jus de pomme
- glaces à l'azote liquide, flocons givrés
- et autres : l'imagination n'a pas de borne, profitons-en

Se pose la question des noms du métier : maître d'hôtel, chef de rang, serveur... comment nommer, par exemple, le métier d'hôtesse (par exemple, l'épouse du cuisinier, qui fait la salle dans les petites entreprises ?)

Le service classique, du XVIII e siècle, n'est-il pas à réserver à la cuisine du XVIII e siècle ? Auquel cas il faudrait un service du XIX e pour de la cuisine du XIX e, un service du XXe pour la cuisine du XXe... et un service moderne pour de la cuisine moderne !

Cette observation a une conséquence : les jeunes maîtres d'hôtel doivent être formés aux différentes époques du service : « un homme qui ne connaît que sa génération est un enfant ».

Enfin, se pose la question du restaurant : que vient-on y chercher ? De la nourriture ? Un bon moment ? Une cuisine fine, hors des compétences domestiques ? La possibilité de se montrer ? Dans chaque cas, le rôle de la salle est différent, et doit être pensé, et rénové, en fonction de l'objectif.

### **3. Divers**

### **4. Thème du prochain séminaire :**

Quelles différences (éventuellement) entre la cuisine et la pâtisserie ?