

SESSION 2024

**CAPLP ET CAFEP
CONCOURS EXTERNE**

Section
HÔTELLERIE – RESTAURATION

Option
SERVICE ET COMMERCIALISATION

Épreuve écrite disciplinaire appliquée

L'épreuve porte sur la conception d'une séquence d'enseignement dans l'option choisie à partir d'une analyse critique et argumentée d'une documentation proposée par le sujet. Le sujet de l'épreuve est spécifique à l'option choisie.

Durée : 5 heures

L'usage de la calculatrice est autorisé dans les strictes modalités relevant de la circulaire du 17 juin 2021 publiée au BOEN du 29 juillet 2021.

Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier. Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.

Tournez la page S.V.P.

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie. Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► Concours externe du CAPLP de l'enseignement public :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFE	8520J	102	9312

► Concours externe du CAFEP/CAPLP de l'enseignement privé :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFF	8520J	102	9312

SOMMAIRE

SUJET Page 2

RESSOURCES DOCUMENTAIRES

Annexe 1	Extrait du référentiel de certification du Baccalauréat Professionnel Spécialité Commercialisation et services en restauration	Page 3
Annexe 2	Technique de salle : la découpe de la sole meunière au Rolancy's	Page 5
Annexe 3	Technique de salle : le cœur de filet de bœuf flambé au Cognac au Train Bleu	Page 6
Annexe 4	Remettre le service au cœur du spectacle	Page 7
Annexe 5	Jouer avec le feu	Page 8
Annexe 6	Valoriser le service du fromage au restaurant	Page 9
Annexe 7	Idées simples pour doper les recettes de votre restaurant	Page 10
Annexe 8	Gil Galasso fait des techniques de salle son « combat universitaire »	Page 13
Annexe 9	L'art de la découpe à table : trajectoires 1700 - 2017	Page 14
Annexe 10	La cloche, signature du restaurant gastronomique	Page 16
Annexe 11	Technique et matériel de finition en salle	Page 17
Annexe 12	Avis clients Tripadvisor	Page 20
Annexe 13	Comment la restauration à table peut se réinventer ?	Page 21
Annexe 14	Les habitudes des français au restaurant	Page 22

SUJET

À partir de vos connaissances et des ressources documentaires fournies dans le dossier joint, il vous est demandé de proposer une séquence pédagogique relative à l'enseignement du service et de la commercialisation au restaurant en classe de **Première baccalauréat professionnel « Commercialisation et services en restauration »** sur la thématique **« Valoriser le service en salle par les techniques : quelles évolutions, quels enjeux pour la restauration ? »**.

Vous préciserez, en les justifiant, les points suivants :

- Le contexte de la séquence (positionnement dans l'année, diversité des parcours des apprenants, ...)
- Le contexte professionnel et les activités d'apprentissage ;
- Le déroulement de la séquence, les objectifs en termes de compétences et les modalités d'évaluation, les équipements mobilisés ;
- Les objectifs de chacune des séances composant cette séquence ;
- La nature des travaux demandés aux apprenants.

Tout au long de la construction de votre séquence, vous veillerez à produire une analyse critique et argumentée des ressources documentaires utilisées et vous justifierez de vos choix didactiques ainsi que de la mobilisation des divers apports scientifiques nécessaires.

ANNEXE 1 - Extrait du référentiel de certification du baccalauréat professionnel

Spécialité Commercialisation et services en restauration

COMPÉTENCES DU PÔLE D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES N° 1 : COMMUNICATION, DÉMARCHE COMMERCIALE ET RELATION CLIENTÈLE		
C1-3. VENDRE des prestations		
COMPÉTENCES OPÉRATIONNELLES en français et en langue vivante étrangère	CONDITIONS DE RÉALISATION et <i>de mise en situation professionnelle en fonction des concepts de restauration</i>	CRITÈRES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
C1-3.1 Valoriser les produits	Buffets, vitrines, chariots, viviers... Supports de vente (cartes, menus, brochures...) Supports publicitaires (guide, audio, vidéo, presse, affichage...) Fiches de procédures commerciales Politique commerciale de l'entreprise Technologies de l'information et de la communication	Pertinence des actions promotionnelles proposées Adéquation aux événements calendaires Respect de la saisonnalité Qualité de la promotion des produits régionaux Qualité de la valorisation des produits (connaissances historiques, géographiques, climatiques, culturelles...) Pertinence des animations (repas à thème, intervenants extérieurs...) Originalité et créativité

COMPÉTENCES DU PÔLE D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES N° 1 : COMMUNICATION, DÉMARCHE COMMERCIALE ET RELATION CLIENTÈLE		
C1-3. VENDRE des prestations		
COMPÉTENCES OPÉRATIONNELLES en français et en langue vivante étrangère	CONDITIONS DE RÉALISATION et <i>de mise en situation professionnelle en fonction des concepts de restauration</i>	CRITÈRES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
C1-3.3 Mettre en œuvre les techniques de vente des mets et des boissons	Fiches produits Supports de vente Menus, cartes Dépliants et brochures Politique commerciale de l'entreprise Fiches de procédures commerciales Analyse des ventes Analyse des profils clients et de leurs attentes Actions commerciales et d'animations Argumentaires Matériel et mobiliers nécessaire à la vente des mets et des boissons	Qualité de l'écoute du client Qualité de la mise en confiance du client Pertinence du guidage des choix du client Qualité de l'argumentaire de vente (crédibilité, bonne connaissance des produits, des actions promotionnelles de l'entreprise, personnalisation de l'argumentaire...) Pertinence des supports et des matériels utilisés (buffet, chariot, photographies...) Force de conviction pour réaliser la vente (choix des mots, tonalité, gestuelle...) Atteinte des objectifs fixés par l'entreprise

ANNEXE 1 (suite) - Extrait du référentiel de certification du Baccalauréat professionnel

COMPÉTENCES DU PÔLE D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES N° 2 :		
ORGANISATION ET SERVICES EN RESTAURATION		
C2-3. SERVIR des mets et des boissons		
COMPÉTENCES OPÉRATIONNELLES en français et en langue vivante étrangère	CONDITIONS DE RÉALISATION <i>et de mise en situation professionnelle en fonction des concepts de restauration</i>	CRITÈRES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
C2-3.1 Servir des mets : - à l'assiette - au plat (anglaise, française, plat sur table) - au plateau - au guéridon - au buffet	Locaux (salle, office, réserves, ...) Mobiliers (enceintes réfrigérées, chariots, guéridons, consoles ...) Matériels de service (assiettes, couverts, cloches, plats, plateaux, planches, réchauds, plaques à accumulation de chaleur ...) Mets Matières d'œuvre (fruits, fromages, pains, condiments, épices ...) Supports de vente Affichages réglementaires Fiches de poste	Attitude professionnelle et commerciale Respect des pratiques propres à l'entreprise Connaissance des produits Connaissance des grammages Utilisation adaptée du matériel Respect et maîtrise des techniques et règles de service (préséance, temps, température, dressage ...) Respect de la réglementation et de la législation Réapprovisionnement de l'office (ménagères, condiments ...)
C2-3.2 Valoriser des mets : - à l'assiette - au plat (anglaise, française, plat sur table) - au plateau - au guéridon - au buffet	Fiches techniques Fiches de réassortiment de produits Mercuriale Réglementation Technologies de l'information et de la communication	Attitude professionnelle et commerciale Valorisation des mets par la mise en œuvre d'une technique appropriée au choix entre : - une finition « minute » - une technique de découpe (poisson rond ou plat, viande, volaille, fruit, fromage, pâtisserie ...) - une technique de flambage, - une technique de tartare

Autres compétences pouvant être ciblées	C1-3.2	Valoriser les espaces de vente
	C1-2.1	Communiquer avant le service avec les équipes
	C5-1.2	Respecter les règles d'hygiène, de santé et de sécurité
	C1-1.5	Conseiller la clientèle, proposer une argumentation commerciale

ANNEXE 2 – Technique de salle : la découpe de la sole meunière au Rolancy's

<https://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/recette/2015-12/technique-de-salle-la-decoupe-de-la-sole-meuniere-au-rolancy-s-a-nice.htm>



Au Rolancy's, restaurant niçois, la découpe du poisson fait partie des rituels quotidiens. Daurades et bars grillés ou en croûte de sel, saint-pierre, turbots, soles... *"Les clients aiment le cérémonial et cette mise en scène autour de leur plat"*, affirme **Sébastien Semenutine**, l'un des deux maîtres d'hôtel de cette maison tenue par **Jacques Rolancy**. Pour ce MOF, le geste va au-delà du show : *"C'est un gage de qualité et de fraîcheur : le poisson est présenté entier et frais devant le client avant cuisson. Et puis il est important de ne pas perdre le savoir-faire."*

ANNEXE 3 – Technique de salle : le cœur de filet de bœuf flambé au Cognac au Train Bleu

<https://unoeilensalle.fr/oeil-expert/technique-de-salle-le-coeur-de-filet-de-boeuf-flambe-au-cognac-au-train-bleu/>

17 mai 2017

Depuis 1901, le Train Bleu, restaurant classé aux monuments historiques installé au cœur de Paris-Gare de Lyon, perpétue le savoir-faire à la française avec des techniques de salle. Sur la carte, elles sont au nombre de 4, dont la plus plébiscitée est le tartare de bœuf (en 6 minutes chrono) ! Avec un débit d'environ 500 couverts par jour, la rapidité de service est le maître-mot – « *au-delà d'apporter de l'émerveillement aux clients à travers ces découpes et flambages* », complète le maître d'hôtel **Nicolas Metaireau**. Pour *Un œil en salle*, il nous présente en pas-à-pas le cœur de filet de bœuf flambé au Cognac version Train Bleu... en une minute.



ANNEXE 4 – Remettre le service au cœur du spectacle

<https://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/gestion-marketing/2020-01/remettre-le-service-au-coeur-du-spectacle.htm>

Historiquement, le client vient au restaurant pour l'assiette. Mais désormais, il s'attend en plus à passer un bon moment, vivre une expérience. Plusieurs facteurs sont ainsi déterminants dans la définition de l'expérience vécue : l'ambiance, la carte et la qualité du service en salle.



Finition des pâtes en direct
devant le client

Depuis une vingtaine d'années, la cuisine bénéficie d'une forte exposition médiatique, notamment grâce au succès des programmes télévisés consacrés aux chefs. Cela s'est fait au détriment des métiers de la salle, qui se réduisent dans beaucoup de restaurants à la prise de commande et à apporter et débarrasser les plats. Pourtant, les métiers de la salle participent grandement à l'expérience vécue par le client, car ils animent l'espace et font découvrir des techniques parfois rares, insolites, oubliées. Ils apportent une valeur ajoutée à l'expérience vécue.

Le consommateur d'aujourd'hui n'est plus le même qu'il y a trente ans, et il n'est plus prêt à attendre quinze minutes pour observer une découpe en salle. En revanche, le spectacle peut être mis en scène autrement. Quelques finitions des plats sous ses yeux, une belle assiette de desserts passant en salle, et c'est le spectacle assuré. Le service est le prolongement de l'art du cuisinier dans la salle, un cérémonial qui se passe autour du client et avec lui pour lui faire vivre un moment spécial.

Déclencher des ventes

Montrer, c'est faire du spectacle, ce qui assure une expérience spéciale vécue par le client et souvent du chiffre d'affaires supplémentaires. Les acteurs du service en salle ne doivent pas être cantonnés à un rôle d'accueil ou de débarrassage, ils sont là pour conseiller les clients et commercialiser les produits. Il faut donc intégrer la dimension marketing du service. Présenter un plateau de desserts appétissants et gourmands peut ainsi déclencher des commandes spontanées.

Remettre le service au cœur du spectacle peut permettre d'augmenter, à moindre coût, d'une part son chiffre d'affaires en déclenchant des ventes, d'autre part la satisfaction du client en lui proposant de vivre une expérience spéciale.

Plusieurs restaurants ont mis l'accent sur cette expérience, comme Balagan (traduction de 'joyeux bazar' en hébreu) où se joue un véritable spectacle, porté par l'ambiance, le décor, la musique et la mise en scène des plats. Ou encore dans tous les restaurants Big Mamma, où l'italien est de mise pour converser entre le personnel de salle.

ANNEXE 5 – Jouer avec le feu

<https://www.hotelgastrounion.ch/fr/spr/formation/jouer-avec-le-feu/>

Le flambage est actuellement en pleine renaissance. Tiago Silva, champion du service 2016, et Lisa-Marie Fricke, championne junior du service 2016, nous expliquent comment donner en salle la dernière touche aux plats de viande.

Autrefois, le flambage faisait partie du répertoire standard de tous les bons restaurants. Mais avec la généralisation du service à l'assiette, qui permet de faire gagner du temps au personnel, cette technique pratiquée devant le client a pratiquement disparu. Aujourd'hui, il semblerait que les clients soient à nouveau disposés à patienter pour bien manger, si bien que le tranchage et le flambage en salle font un come-back remarqué. Claudia Dünner, directrice de la Société professionnelle de la restauration (spr) s'en félicite: «Le flambage est très efficace en termes de marketing et il contribue à faire augmenter le chiffre d'affaires. Les clients apprécient le spectacle et plébiscitent la saveur des mets flambés. De plus, il incite les autres clients à commander eux aussi un plat flambé, soit tout de suite, soit lors de leur prochaine sortie au restaurant.» Le fait de terminer la cuisson en salle présente également d'autres avantages. Cela permet en effet de répondre aux attentes individuelles de chaque convive et de mettre en valeur la fraîcheur du mets. De plus, les professionnels aguerris profitent de cette occasion pour engager la conversation avec leurs clients et pour leur vanter les mérites de leurs autres spécialités.

Tiago Silva : Le come-back du flambage m'enchante. Car c'est une technique qui permet aux restaurants de se distinguer de leurs concurrents et de la restauration rapide. Flamber devant le client est un véritable artisanat qui exige un savoir-faire professionnel. On ne peut rien dissimuler, le convive voit tout et sait ce qu'il va manger. Or, pour bénéficier de ce privilège, il est prêt à payer son plat un peu plus cher.

Texte: Riccarda Frei

ANNEXE 6 – Valoriser le service du fromage au restaurant

<https://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/restauration/2014-12/valoriser-le-service-du-fromage-au-restaurant.htm>

Icône française, le fromage n'est pas un produit si facile que ça à vendre au restaurant. Comment le valoriser et booster ses ventes ? Enquête.



Le chariot de fromage du restaurant la Bouitte

À La Bouitte, restaurant doublement étoilé à Saint-Martin de Belleville (Savoie), on ne plaisante pas avec le fromage. Au minimum trente-deux sortes sont présentées sur un immense chariot en forme de cône. *"Au départ, nous voulions faire une cave à fromages au milieu du restaurant mais faute de place nous avons imaginé ce plateau en hauteur qui s'inspire des cercles qui servent à fabriquer le beaufort. Nous l'avons imaginé et fait construire spécialement pour nous"* explique le chef de cet établissement, **René Meilleur**. Ce plateau atypique ne manque pas d'attirer la curiosité en salle, ni d'attiser la gourmandise. *"Ça donne envie ! Résultat : presque toutes les tables en prennent ! Depuis que nous l'avons mis en place il y a deux-trois ans, ça a boosté les ventes"* poursuit le chef qui a trouvé un bon moyen de mettre en valeur les fromages de sa région.

Même son de cloche chez **Michel Sarran**, deux étoiles à Toulouse, à propos de la roulante à fromages : *"nous passons en salle avec et ça plaît, les clients sont très sensibles à tout ce qui est spectacle ! De plus, nous le proposons systématiquement, comme nous proposons du vin. Je ne sais pas si ça en fait vendre plus mais cela me semble un service normal..."*

Dans le restaurant du fromager **Jean-Yves Bordier**, Autour du Beurre, à Saint-Malo, la roulante à fromages trône dans l'entrée. *"Nous proposons une sélection de dix/douze exemplaires qui changent régulièrement suivant les saisons, l'affinage... et nous les mettons en valeur sur un beau plateau, en mentionnant la provenance, le lait... Les clients passent devant et une fois qu'on fait un tour en salle, il y en a beaucoup qui craquent ! La réputation de Monsieur Bordier y est pour quelque chose également"* détaille **Virginie Sauchon**, la responsable de salle.

hotellerie-restauration.fr/blogs-des-experts/ameliorer/

12 août 2022

Cinq astuces pour animer son restaurant par Bernard Boutboul

Animer son établissement n'est plus une option, c'est une nécessité. Il s'agit de créer une expérience qui différencie votre établissement des autres et dont le client se souviendra, dans le but de le fidéliser, et d'accroître votre clientèle. Si l'expérience client prend une place si importante (dans tous les secteurs d'activité), c'est qu'elle s'inscrit comme un point capital dans la construction d'une offre. Les nouvelles générations de consommateurs veulent payer moins pour un meilleur produit, tout en vivant quelque chose d'unique. S'il est souvent impossible de résoudre parfaitement cette équation, certaines astuces permettent de tirer son épingle du jeu.

Au restaurant, en plus de la promesse centrale que représente le repas, les clients sont désormais à la recherche d'une expérience plus authentique. Miser sur le contenu de l'assiette et l'aménagement de l'espace ne sont plus suffisants pour séduire la clientèle. La personnalisation du service, l'adaptation de l'offre à la demande du client, la communication, etc. sont des dimensions primordiales dans l'optique de créer une relation durable entre les clients et le restaurant. S'il n'existe pas de formule magique pour réussir à doper ses recettes en animant un établissement, un peu de créativité et de bon sens permettent tout de même de créer une atmosphère différente. Qu'elles soient ponctuelles ou continues, les animations permettent de faire vivre son établissement tout en apportant une valeur ajoutée à son offre.

1. La transparence

Le sourcing des produits doit être mis en avant. La transparence fournit au personnel l'occasion de raconter des histoires autour des produits, et de créer un lien de confiance avec les clients en démontrant la qualité des produits utilisés et le savoir-faire du restaurateur. Ainsi, nombreux sont les établissements qui cassent les murs et mettent leurs produits en vitrine afin de montrer à tous ce qui est préparé à l'intérieur. La pizzeria Ammazza (Paris, XIe), par exemple, a conçu son établissement avec une cuisine ouverte sur la rue. On peut ainsi voir le chef enfourner la pâte tout au long de la journée.

La pizzeria Ammazza a une cuisine ouverte sur la rue, pour susciter l'envie.

La transparence appelle aussi à une offre respectant les producteurs et la saisonnalité de leurs produits, et donc à proposer des produits plus frais et de meilleure qualité. Ainsi, il est conseillé de proposer une offre plus courte mais qui change fréquemment, afin de s'inscrire complètement dans une démarche de transparence, et d'éviter la lassitude.

2. La déstructuration

Les cartes en rotation se prêtent d'autant plus à être déstructurées, car elles laissent plus de liberté au restaurateur et sont très appréciées du consommateur. Exit les cartes traditionnelles (entrées, plats, desserts et deux simples formules) : ce modèle fonctionne de moins en moins aujourd'hui, avec un consommateur qui recherche une expérience personnalisée. Les offres peuvent donc être retravaillées de manière plus conviviale. Ainsi, le restaurant Mersea (Paris, IXe), dont le produit phare est le poisson, notamment le fish & chips, propose des produits de la mer tartinables avec des cocktails à base de gin qui contribuent à créer une offre festive.

À Mersea, les tartines et cocktails contribuent à casser l'ambiance du restaurant classique.

L'accord mets-vin est aussi un bon moyen de déstructurer sa carte tout en sublimant ses produits. Il peut constituer une bonne manière de fidéliser son client et de prendre la parole auprès de lui, surtout si le personnel de l'établissement sait réellement comment valoriser les produits dans son discours.

3. Ritualiser et scénariser son service

Beaucoup d'établissements délaissent le service et le personnel est parfois jeune et/ou peu qualifié. Pourtant, quand il entre dans un restaurant, le client s'attend à être traité comme un invité : lui sourire, lui proposer de prendre son manteau ou lui laisser choisir sa table sont autant de petits détails qui contribueront à le mettre à l'aise. Certains établissements mettent en place un réel rituel d'accueil. C'est par exemple l'un des fondements du succès du groupe Big Mamma : dans tous leurs restaurants, la brigade complète se tient à l'entrée, à l'ouverture des portes, et salue en italien tous les clients, un par un.

De même, le restaurant Balagan à Paris (Ier) scénarise son service grâce à son personnel qui ne connaît pas de frontière entre la cuisine (seulement séparée de la salle par le bar) et les convives. Cuisiniers et serveurs n'hésitent pas à danser ou chanter et se lancent même parfois dans un concerto de casseroles. Cette scénarisation originale (balagan signifie bazar en hébreu) permet, grâce au bouche à oreille, d'attirer les curieux.

Tous les établissements ne peuvent pas proposer des rituels si poussés, mais l'idée est avant tout de montrer au client que l'on est disposé à le servir, à l'écouter et à le conseiller pour lui faire passer un agréable moment. Le personnel ne peut plus se contenter de simplement prendre la commande et d'apporter les plats.

4. Organiser des événements

La restauration se prête à accompagner des événements festifs et conviviaux. Libre à l'établissement de proposer une formule spéciale pour célébrer un anniversaire en offrant, par exemple, une boisson ou un dessert qui poussera les convives à consommer différemment. Il est aussi possible d'organiser une soirée à thème, un soir par semaine, en mettant en avant des produits tels que des cocktails ou des tapas. Ponctuellement, il est même possible d'organiser des concerts qui animeront le repas des convives, créeront une expérience mémorable, et surtout aideront à recruter de nouveaux clients. L'établissement Le Génie sous les étoiles (Paris, XIe) en a fait son credo et propose tous les samedis soir des concerts animés par des jazzmen qui permettent d'attirer une clientèle plus dynamique.

5. De diffuser des messages en dehors du service

Si le service est le moment principal pour fidéliser sa clientèle et animer son restaurant, il convient aujourd'hui de mentionner la communication sur les réseaux sociaux. Elle permet d'animer sa communauté et d'étoffer le dialogue avec la clientèle, de parler des animations à venir. Il est fréquent que les clients ayant vécu une expérience positive dans un établissement se rendent sur sa page Facebook ou Instagram, pour obtenir plus d'informations. Être présent sur les réseaux sociaux est donc un aspect obligatoire qui s'inscrit en lien direct avec l'animation de son établissement.

ANNEXE 8 – Gil Galasso fait des techniques de salle son « combat universitaire »

<https://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/restauration/2014-12/gil-galasso-fait-des-techniques-de-salle-son-combat-universitaire.htm>

Le 5 décembre, le professeur du lycée hôtelier de Biarritz est monté à la capitale pour présenter sa thèse sur la sauvegarde des découpes. Que l'on soit pour ou contre, il est le premier enseignant à avoir fait rentrer la thématique des métiers de la salle à l'université.

On ne présente plus **Gil Galasso**, professeur passionné des métiers de la salle, qui se fait entendre tambour battant sur son sujet de prédilection : la sauvegarde des découpes en salle. En 2009, il a obtenu un master 2 en sciences de l'éducation sur le thème "*La promotion des métiers de la salle, approche par l'élégance et la générosité*", avant de sortir en 2010, un livre à compte d'auteur sur la "*Nouvelle approche du service en salle*" basé sur trois axes : esthétique, gentillesse et sincérité. Depuis cette année, il est doctorant en histoire de l'art avec pour thèse : "*L'art de la découpe, histoire et enjeux*". C'est précisément dans ce travail universitaire que Gil Galasso prêche pour la valorisation des techniques de salle. Et puisqu'il a pour coutume de ne rien lâcher, il a pu présenter ses recherches le 5 décembre dans le petit amphithéâtre de l'Institut de géographie de la Sorbonne (Paris, Ve) en présence d'étudiants et de professionnels (dont le soutien de **Bernard Boutboul, Franck Languille**).

Les techniques en salle, pour ou contre ?

"Je me suis rendu compte qu'au fil de l'histoire, il y a eu un processus échelonné en plusieurs dates - notamment l'apparition de la nouvelle cuisine en 1970 -, qui a contribué au déclin progressif des métiers de la salle", dit le MOF maître d'hôtel 2003. *Il y a eu une prise de pouvoir des cuisiniers, leur médiatisation à la télévision. Ca n'a pas aidé notre filière."* Pour lui, les découpes et les flambages, "*qui font partie de [notre] patrimoine culinaire français*", insiste-t-il, peuvent changer la donne.

Ainsi, il a modernisé d'ancestrales techniques - depuis le 17^{ème} siècle - en intégrant des gestes tirés des arts du cirque, de la danse, du théâtre. "*Quelle est l'utilité de faire un flambage avec un tour de magie ?*", pose le journaliste gastronomique **Eric Roux**.

"Ca n'apporte rien par rapport à la cuisine. Pour les concours, c'est bien, dans la réalité, peut-être pas", répond Gil Galasso avant de s'interroger : "*Aujourd'hui, je trouve que les cuisiniers s'accordent avec le sommelier pour les mets et les vins. Mais il manque la créativité du maître d'hôtel !*" Et Eric Roux de renchérir : "*Dans le contexte économique actuel, le maître d'hôtel doit être efficace. Son carburant : c'est la connaissance !*" Au fond, Gil Galasso s'attache à faire reconnaître les techniques car elles sont un 'art visible' ; tandis que les valeurs humaines, l'attitude, la prestance, les connaissances produits sont à l'inverse un 'art éphémère'.

Résumé

La découpe de viandes et le filetage de poisson, destinés aux rois et aux nobles dans les siècles passés et, plus récemment, aux clients de la restauration traditionnelle, font partie de l'histoire de la gastronomie, au même titre que l'histoire de la cuisine. Ces pratiques, considérées comme une technique ou une science, voire, par certains, comme un art, bien que déjà présentes sous une forme ritualisée dans bien des textes mythologiques et des légendes fondatrices, ont connu plusieurs évolutions historiques. Dès le Moyen Âge, la pratique de la découpe des viandes et poissons auprès des élites s'est éloignée des techniques de la boucherie pour revêtir une dimension artistique. À partir de la Renaissance et jusqu'au XVIIIème siècle, les volailles et autres viandes sont filetées par les écuyers tranchants, véritables spécialistes qui effectuent des gestes empreints d'élégance, tel celui qui consiste à découper les viandes à la volée, maintenues en l'air en haut d'une fourchette. À partir du XVIIIème siècle, la découpe doit s'adapter aux changements sociaux : à la fin de l'Ancien Régime, en France, elle connaît une première grande évolution à la suite de changements radicaux dans la manière de concevoir la cuisine, puis avec l'apparition du service à la russe et la mise en valeur des rôts (pièces rôties) au centre du repas, évolution bientôt suivie par d'autres, en grande partie influencées par Marie-Antoine Carême puis Urbain Dubois et Emile Bernard. Plusieurs transformations sociales, culturelles et professionnelles auront aussi leur importance : la popularisation des sports d'hiver va marquer le déclin du poste de maître d'hôtel ; la loi Godart (juillet 1933) relative au contrôle et à la répartition des pourboires, va cristalliser le fameux conflit cuisine-salle ; par ailleurs, les « commandements de la nouvelle cuisine » prônés par Christian Millau et Henri Gault (1973) imposent la généralisation du service à l'assiette et rendent l'ancienne science du maître d'hôtel obsolète. Mais les pratiques de la découpe sont également présentes dans le foyer familial. De nombreux écrits sur les usages domestiques décrivent la manière de fileter viandes et poissons. Les pères de famille, dits amphitryons, possèdent et transmettent ce savoir-faire à l'occasion des réunions familiales. Traditionnellement, si la mère de famille officie en cuisine, le père de famille gère, en plus des boissons, les découpes de volailles et gigots. Mais, depuis la moitié du XXème siècle, ces usages sont en déclin. Malgré tout, l'art de la découpe a survécu sous forme de technique, dans certains restaurants et dans les écoles hôtelières, où il fait l'objet de débats houleux entre enseignants et professionnels, qui rejouent, à leur manière, la querelle des Anciens et des Modernes. La restauration française, actuellement en difficulté et en recherche de repères, a sans doute beaucoup à gagner de ces travaux sur les découpes et filetages devant les clients. En ce début du XXIème siècle, elle peut y retrouver une authenticité ancrée sur des racines profondes.

ANNEXE 9 (suite) – L’art de la découpe à table : trajectoires 1700 - 2017

medievale-cordes.fr



ANNEXE 10 – La cloche, signature du restaurant gastronomique

<https://www.offrir-international.com/actualite/la-cloche-signature-du-restaurant-gastronomique>

28 janvier 2020

Par : Denis Courtiade

Le service à la cloche rime avec luxe et élégance, mais comporte indiscutablement un aspect pratique dans certaines circonstances.

Le cérémonial du service à la cloche :

Effectivement, cela fait vraiment son effet de voir tous ces professionnels réunis autour de la table, leur main sur l'anse de l'assiette clochée qu'ils viennent de disposer devant chaque hôte. Ils attendent le top départ : ce fameux signe initié par le maître d'hôtel responsable, un clin d'œil, un sourire, ou juste un lever de menton (à chacun sa technique !) et d'un seul coup, à l'unisson, toutes les assiettes sont décrochées. Quand cela est parfaitement exécuté, le service dit à la française prend toute sa dimension. Seulement voilà, cette symbiose gestuelle n'est pas toujours bien réalisée ! Combien de fois, il nous a manqué la main d'un collaborateur pour soulever la dernière cloche. Combien de fois l'ordre silencieux du "lever" n'a pas été compris. Combien de fois, le mets décroché n'était pas présenté dans le bon sens ou, bien pire, n'était pas celui attendu. Combien de fois la cloche est-elle allée à la rencontre d'un verre de vin pour le renverser ?

Au restaurant gastronomique du Plaza Athénée, nous avons décidé d'acheminer les plats clochés, de la cuisine à la salle, sur des plateaux torpilleurs en argent. Le commis de rang arrivant à la table, tend les bras et présente son plateau comme une offrande au chef de rang en lui indiquant ce qui se trouve sous chacune des cloches. Le chef de rang prend alors l'assiette à la main et la décroche "à la volée". Il repose alors la cloche sur le plateau de service. Chaque assiette est ensuite posée devant les convives selon le protocole défini. Le fait de ne pas décrocher l'assiette directement devant le client nous permet d'éviter les multiples tracas possibles et inimaginables cités ci-dessus ! A chacun son style de service !

La cloche peut parfois faire partie intégrante de la mise en scène : je me souviens de Roxane Kermarc, du restaurant Géranium, à Copenhague, qui nous avait complètement bluffés lors du Trophée du maître d'hôtel 2019 : à peine avait-elle fini la réalisation de son steak tartare, qu'elle y disposa sur le dessus, une cloche en verre transparente, dans laquelle des herbes aromatiques avaient été enflammées afin d'obtenir une légère fumée. L'assiette posée devant les jurés, la cloche soulevée par la candidate, quel spectacle et quel fumet appétissants s'offraient à eux !

ANNEXE 11 – Technique et matériel de finition en salle

Matériel	Technique
<p data-bbox="448 353 584 387">Verseuse</p>  <p data-bbox="469 734 568 763">chrshop.fr</p>	<p data-bbox="892 376 1374 409">Service de la sauce à la verseuse</p>  <p data-bbox="971 719 1297 748">https://encrypted-tbn0.gstatic.com</p>
<p data-bbox="464 768 568 801">Pipette</p>  <p data-bbox="464 1160 571 1189">pinterest.fr</p>	<p data-bbox="916 768 1353 801">Service du cocktail à la pipette</p>  <p data-bbox="839 1137 1430 1189">https://chefsimon.com/gourmets/recettesduchef/recettes/rhum-et-sirop-d-orgeat-a-la-seringue</p>
<p data-bbox="469 1205 563 1238">Moulin</p>  <p data-bbox="376 1581 655 1610">https://m.media-amazon.com</p>	<p data-bbox="874 1193 1394 1261">Moudre des épices ou du poivre à la convenance des clients</p>  <p data-bbox="900 1570 1369 1621">https://www.amazon.fr/All-moulin-poivre-broyeur-c%C3%A9ramique/dp/B08N4JYYC6</p>
<p data-bbox="464 1648 568 1682">Poêlon</p>  <p data-bbox="405 1944 628 1973">casserole-et-poele.com</p>	<p data-bbox="1059 1628 1206 1662">Flambage</p>  <p data-bbox="868 1977 1401 2029">arts-et-gastronomie.com/taillevent-ouvre-portes-fete-de-gastronomie/</p>

ANNEXE 11 (suite) - Technique et matériel de finition en salle

Matériel	Technique
<p data-bbox="485 293 592 327">Chariot</p>  <p data-bbox="432 696 647 725">https://unoeilensalle.fr/</p>	<p data-bbox="943 293 1501 360">Le bar se déplace à la table des clients pour réaliser les cocktails directement</p>  <p data-bbox="1075 701 1366 725">www.brindos-cotebasque.com</p>
<p data-bbox="456 745 620 779">Chalumeau</p>  <p data-bbox="253 1093 823 1140">pandacola.com/produit/PX7DBG0QK9Z/briquet-chalumeau-personnalisable-torch</p>	<p data-bbox="935 732 1509 799">Flambage de la crème brûlée devant les clients</p>  <p data-bbox="1134 1128 1310 1155">Source de l'auteur</p>
<p data-bbox="416 1182 660 1216">Râpe microplane</p>  <p data-bbox="189 1525 887 1572">https://www.750g.com/5-astuces-piquees-aux-chefs-pour-optimiser-notre-rape-microplane-a28992.htm</p>	<p data-bbox="951 1162 1493 1229">Utilisation de la microplane pour râper dans l'assiette des clients</p>  <p data-bbox="932 1547 1509 1594">interieur-jour.fr/raiper-emincer/3098-todo-rape-a-parmesan-a-fromages-alessi-design-richard-sapper.html</p>
<p data-bbox="461 1603 616 1637">Spray cryo</p>  <p data-bbox="189 1921 887 2013">https://www.laboutiquedesinnovationsculinaires.com/spray-cryo-azote-30-cl?language=fr&currency=EUR&gclid=EAlaIqobChMlpCIh9zKgQMV_VCRBR3GQw9vEAQYAYABEqlsDPD_BwE</p>	<p data-bbox="1115 1603 1326 1637">Cryo mixologie</p>  <p data-bbox="1118 2002 1326 2027">https://www.cocktail.fr</p>

ANNEXE 11 (suite) - Technique et matériel de finition en salle

Matériel	Technique
<p data-bbox="491 309 587 342">Pipette</p>  <p data-bbox="419 577 667 611">https://materiel.hellopro.fr</p>	<p data-bbox="1066 297 1337 331">Finition à la pipette</p>  <p data-bbox="962 600 1449 633">https://cook-first.com/products/pipette-poire-sauce</p>
<p data-bbox="435 633 651 667">Cloche à fumer</p>  <p data-bbox="260 936 826 969">https://www.alicedelice.com/cloche-a-fumer-lacor-p-45226</p>	<p data-bbox="1066 633 1337 667">Fumage à la cloche</p>  <p data-bbox="1050 958 1353 992">https://www.materiel-horeca.be</p>
<p data-bbox="331 1037 746 1070">Ciseau à herbes aromatiques</p>  <p data-bbox="387 1339 691 1373">https://www.grainesdefolie.com</p>	<p data-bbox="1026 992 1385 1025">Ciselage de fines herbes</p>  <p data-bbox="930 1361 1481 1417">https://www.fnac.com/mp40707159/Ciseaux-de-cuisine-a-5-lames-Fines-Herbes-Aromatiques/w-4</p>
<p data-bbox="435 1462 643 1496">Cuillère à miel</p>  <p data-bbox="443 1776 643 1809">https://miellissime.fr</p>	<p data-bbox="1026 1440 1385 1473">Verse à la cuillère à miel</p>  <p data-bbox="930 1787 1481 1821">https://www.zunik.fr/fr/produit/cuillere-a-miel-coudee-inox/</p>

[Tripadvisor.fr](https://www.tripadvisor.fr)

●●●●● Avis écrit le 7 août 2022  par mobile

Aussi grand que le Cervin

Arrivés sans réservation, nous avons été bien accueilli, avec prise en compte du vestiaire, ce qui est devenu rare. Une table juste un peu à l'écart dans la salle arrière nous a été attribuée, mais rien à redire car en tout point identique aux autres tables dressées, avec nappes et serviettes en tissu pliées de manière originale. Tentés par un bœuf Stroganof, le serveur chef de salle italien aimable et flegmatique s'est métamorphosé en magicien. Il a commencé son spectacle en nous montrant les morceaux choisis puis a préparé la sauce. Nous l'avons goûté pour ajuster sa force mais elle était parfaite. Le patron passait également à chaque table pour quelque courte amabilité, s'excusant presque de la nécessaire attente pour préparer nos assiettes. Notre cracheur de feu a alors flambé notre préparation au Brandy, flammes jusqu'au plafond, exclamations dans la salle. Avec des gestes chirurgicaux, 2 fois 2 belles assiettes nous ont été dressés et servies, un délice immense pour les yeux et les papilles, Merci du fond du cœur !

●●●●● Avis écrit le 14 août 2022  par mobile

Soirée en famille

Merci à toute l'équipe du Spycher pour cette soirée passée en famille. Patron très accueillant, serveurs au top, les enfants sont les bienvenus avec une super carte juste pour eux avec des produits de qualités. La viande est excellente sans parler du show pour la faire flamber. Nous y retournerons.

●●●●●

Un bonheur de restaurant...

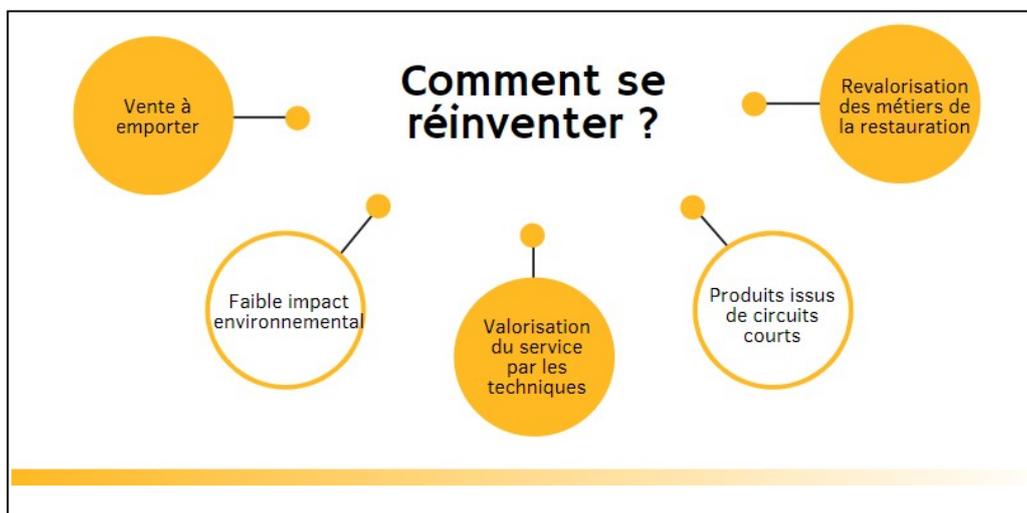
«Quel excellent moment j'ai passé lors de mon dernier déjeuner au restaurant des Comtes de Hanau. L'ambiance est toujours aussi conviviale et familiale et le cadre toujours aussi chaleureux. Quand on m'a suggéré le filet de boeuf flambé au Cognac je n'ai pas hésité une seconde car je savais que j'allais me régaler et ce fut effectivement le cas. Non seulement le spectacle était en salle avec le flambage préparé devant vous à table par Olivier le fils de la famille, c'était un spectacle à lui tout seul. Quel bonheur de voir cette préparation et ce travail qui se perd de plus en plus dans les restaurants. C'est bien dommage. En tout cas je ne me suis pas privé et j'ai bien fait. Pour le dessert la meringue glacée était mon choix tout trouvé. J'ai passé un très bon moment de convivialité et de gourmandise lors de mon déjeuner et je reviendrai avec très grand plaisir.»

●●●●○ Avis écrit le 11 août 2012

Excellent restaurant 1 macaron

Avec un ami on a choisi de déguster le Menu Tentation. Ce menu est très complet et le rapport qualité/prix est très satisfaisant. La cuisine est subtile et très variée, techniques culinaires très classiques mais également moléculaire. On a été ravis par la cuisine. Côté salle, l'accueil était très bien, néanmoins, il manque d'un peu d'expérience en salle, l'équipe est jeune, lors de notre passage il n'y avait pas de sommelier confirmé, et le service du vin n'était pas parfait. Mais l'équipe était très sympathique. On a été ravi par le flambage de la Pomme au Camembert.

ANNEXE 13 – Comment la restauration à table peut se réinventer ?



Selon les auteurs

ANNEXE 14 – Les habitudes des français au restaurant

https://www.snacking.fr/actualites/4593-Les-habitudes-des-Francais-au-restaurant-en-15-chiffres-cles/?news_id=4593

Les Français et la cuisine

En %age de « Tout à fait d'accord »

