



## Synthèse Presse des dossiers concours Ô Service saison 10

Intro : définition de l'IA (au delà de la simple robotique) : voir synthèse intervention philosophe (autre document)

Ce qui ressort des dossiers des étudiants :

D'une façon générale, il n'est pas possible de s'informer de ce que veulent les clients dans un premier temps, puis de chercher comment leur donner ce qu'ils souhaitent, car leurs envies, leurs besoins auront changé entre ces deux temps. Aussi, chaque entreprise y compris dans la restauration, pour ne pas perdre son marché, doit renouveler sans cesse son offre, ses produits, ses services non seulement en répondant à la demande, mais en l'anticipant.

Alors que les consommateurs seront de plus en plus demandeurs de nouvelles technologies et probablement de moins en moins patients, le Maître d'Hôtel devra dans ce contexte toujours avoir « une longueur d'avance » afin de les satisfaire avant même qu'ils expriment la moindre demande.

Comme le soulignent les étudiants du dossier gagnant, à l'heure où l'IA se fraye un chemin dans tous les domaines d'activité, le monde de la restauration gastronomique reste peu touché. Celui-ci, mitigé entre évolution et classicisme, doit pourtant réaliser que l'IA compte pourtant bien se développer également dans ces domaines qui sont les nôtres.

En cela, l'Intelligence Artificielle pourra être une aide pour le Maître d'Hôtel afin de proposer aux clients une expérience unique et personnalisée, dans une vingtaine d'années, au delà d'une simple originalité dans le service incarnée par des robots aux lignes futuristes qui pourraient remplacer les commis pour des tâches simples et/ou répétitives (« robot-vestiaire », « robot-runner », « robot-aspirateur ») voire même traduire les demandes des clients étrangers et dialoguer avec eux dans leur langue ou encore prendre la forme d'une machine à café, d'un chariot de digestifs, d'un « robot-trancheur », d'un « robot-vérificateur de mise en place », d'un « robot-caissier » capable de se connecter directement via la banque des clients.

Ainsi, c'est dans le domaine de la connaissance, et même de la reconnaissance du client que l'IA semble avoir une carte à jouer d'après ces étudiants qui avancent plusieurs pistes possibles :

- L'invention d'une application dans laquelle l'utilisateur enregistrerait ses goûts, ses allergies, son régime alimentaire spécifique. A chaque recherche de restaurant, il y indiquerait son budget et ses envies : l'application pourrait alors lui recommander un ou plusieurs restaurants proposant des offres correspondant à ses critères.
- L'amélioration du système de réservation pour affiner les demandes possibles,
- L'apparition de capteurs de reconnaissance faciale qui pourraient détecter, sur les visages des clients dès leur arrivée mais aussi tout au long du service, leur état d'esprit, leur envie d'un autre vin, leur contrariété pour un temps d'attente trop long, leur besoin de renseignement..., ou qui pourraient si l'on va encore plus loin, informer le Maître d'Hôtel des allergènes auxquels le client serait sensible

ou l'informer sur les goûts spécifiques de ce dernier, ce système commençant déjà à émerger en Chine,

- La création d'assiettes clochées « intelligentes » qui, une fois posées sur table, s'ouvrent ensemble, la cloche qui se dissimulant en accordéon dans l'assiette ou encore un flambage s'allumant automatiquement lorsqu'il est posé sur un support devant les clients,
- L'apparition dans les restaurants d'hologrammes qui permettraient de faire patienter les clients entre les mets,
- L'accès pour les clients, via une application également, à une sorte de veille sanitaire lui permettant de connaître en permanence l'état des chambres froides, l'état de fraîcheur des produits et leur DLC,
- L'utilisation de verres intelligents permettant de prévenir le sommelier lorsqu'ils sont presque vides, voire même la présence de nombreuses caméras très discrètes dans la salle de restaurant qui seraient à même de détecter les moindres détails à corriger au cours du service comme une serviette ou un couvert qui tombe, un verre ou une carafe vide, un manque de pain, un plat terminé.
- L'installation plus systématique de capteurs de reconnaissance rétinienne qui permettraient au Maître d'Hôtel de connaître instantanément toutes les habitudes de consommation du client, afin de lui suggérer des mets et boissons correspondant parfaitement à ses goûts, son régime spécifique voire à ses allergies.

On voit alors ici que l'IA serait un appui solide et précieux pour anticiper les besoins des clients.

Dans ce contexte, la fonction de Maître d'Hôtel pourrait alors prendre d'autres intitulés, comme ceux de « responsable des relations clients », « responsable du bien-être des clients », « Responsable en Savoir et Savoir-faire », « Ingénieur Novateur d'Expérience Client », « Ingénieur de la relation client et des technologies », ou « Expert Novateur d'Expériences Gastronomiques ».

En conclusion, tous les étudiants semblent bien convaincus que dans une vingtaine d'années l'IA fera partie du quotidien du Maître d'Hôtel.

Cependant, ils soulignent en même tant que ce travail de recherche, la rédaction de ces dossiers, l'intervention dans ce cadre du philosophe, la perspective du remplacement plus ou moins annoncé du Maître d'Hôtel traditionnel par d'éventuels robots-maîtres d'hôtel, leur a fait toucher du doigt l'importance du contact HUMAIN en tant que « service » apporté à la clientèle dans les métiers de la salle.

En effet, des robots pourront remplacer les hommes dans des tâches simples, pratiques, afin que ces derniers puissent se concentrer justement sur des tâches plus relationnelles avec les clients : le maître d'hôtel du milieu du XXIe siècle devra être alors doté d'un excellent sens de l'écoute et de la psychologie humaine, d'excellentes qualités de communication en plus d'une bonne culture générale et de compétences organisationnelles.

Car le Maître d'Hôtel sait raconter une Histoire, partage des expériences vécues, fait vivre le BON moment, il a de la conscience, de la sensibilité, sait s'adapter très rapidement aux aléas et gérer les conflits et réclamations en faisant du « sur mesure » bref..., reste un expert dans le contact et la relation clients