

“ Michel G., client mystère pour le compte de grands groupes hôteliers

CE SONT LES DÉTAILS QUI FONT LA DIFFÉRENCE: DANS UN PALACE, TOUT DOIT ÊTRE PARFAIT. ”



PHOTO: THIERRY VALLIER POUR CAPITAL HS; REMERCIEMENTS À LA VILLA FLORENTINE, RELAIS ET CHÂTEAUX LYON

IL TESTE LES MEILLEURES CHAMBRES D'HÔTEL SUR TOUS LES CONTINENTS

Désireux de prodiguer un service d'exception, les hôteliers font appel à des *inspecteurs anonymes*. Nous avons suivi Michel G. dans ses investigations.

A peine le taxi arrêté, le chasseur ouvre le coffre, récupère les bagages et fonce à la réception. Deux minutes plus tard, Michel fait son entrée dans le hall. Et le réceptionniste s'avance vers lui, avec une courtoisie tout en retenue: «Bonjour, M. Tedog», du nom inscrit sur l'étiquette de bagage que vient de lui souffler le portier. Suivant la réaction de Michel, clignement d'œil ou moue légère, suivra ou pas la phrase type: «Avez-vous fait un bon voyage?» Le luxe a son vocabulaire, sa gestuelle, ses codes et ses silences. Et Michel les connaît parfaitement. Lui, fils de dessinateur industriel, passe la moitié de ses nuits dans des cinq-étoiles et

s'attable chaque année plus de 500 fois au restaurant, parmi lesquels une bonne centaine d'étoilés: un quotidien qui en ferait rêver plus d'un.

Chroniqueur gastronomique et journaliste réputé sur la place de Lyon, l'homme évalue aussi anonymement, loin de ses bases rhônalpines, les prestations d'établissements affiliés à deux prestigieuses chaînes hôtelières françaises. L'activité de client mystère s'est développée avec l'essor des chaînes (Accor) et des réseaux (Relais & Châteaux, The Leading Hotels of the World, Small Luxury Hotels): tous imposent un certain nombre de visites pour vérifier que leurs standards sont respectés. Les grandes maisons rétribuent 200 à 400 euros chaque inspection pour deux jours et une nuit suivis d'un compte rendu. Cette activité (ce n'est pas exactement une profession) attire les pros de l'hôtellerie et les grands voyageurs ayant le goût de l'excellence. Et ils sont nombreux! Désireuse de sélectionner 70 contrôleurs parmi ses clients réguliers, la chaîne Small Luxury Hotels a croulé sous les demandes. Et elle a recruté de nombreuses femmes. «La dernière en date à Riyad a fait remonter un problème concernant la taille exagérée des peignoirs, indique Rami Z. Sayess, general manager du Four Seasons de Beyrouth et vice-président de Four Seasons pour le Moyen-Orient. Le client mystère repère les détails, le cheveu qui traîne sur le col de la veste.» Michel ne quitte jamais («Même au lycée en Mai 68») son costume cravate. Si trente ans de bonne chère ont alourdi un peu la silhouette du fringant sexagénaire, l'œil n'a rien perdu de son acuité. Dès son arrivée, il a apprécié le fait que la réceptionniste porte des bas (une règle en toutes saisons), l'empressement du groom à prendre sa valise, la fraîcheur du bouquet rond du vestibule, le parfum discret flottant dans l'ascenseur... «Les petits détails font les grandes maisons.» Son atout? Une mémoire sans faille. «Avec un carnet sur les genoux, on se fait vite repérer.» S'il dispose de grilles de critères précis, il fait aussi confiance à son expérience: «Quand on a visité des centaines d'établissements, on ressent si celui-ci est dans le ton ou non.» Rien n'échappe à notre Hercule Poirot des palaces. Une fois installé dans sa suite, Michel commence l'inspection.

La propreté, sa première préoccupation, l'incite à rechercher le grain de poussière jusque dans les ailettes de la clim ou l'embrasure de la fenêtre. «Je prends des photos au besoin.» Il examine la salle de bains avec une précision d'entomologiste: mise à disposition d'une brosse à chaussures, emplacement du miroir grossissant et du sèche-cheveux, qu'il déteste voir enroulé dans son fil. «La suite de ce palace monégasque proposait deux vasques et une seule prise. Inacceptable! Je suis allé voir le directeur et lui ai suggéré d'acheter 12 mètres de fil et une autre prise.» Il pousse la conscience professionnelle jusqu'à appeler à minuit la réception sous prétexte que l'oreiller est trop dur...

En Don Quichotte du bien-vivre, il se bat contre les tics de l'époque: la femme de chambre au piercing dans le nez («Inadmissible!»), la lampe design que l'on n'arrive pas à éteindre, la douche si compliquée à actionner que le client préférera finalement se laver au spa – un comble pour une nuit à plus de 1 000 euros. A peine se montre-t-il plus indulgent pour les «croquant bien faire». Ainsi, à peine bronzé, il revient de deux jours dans un palace blotti dans la palmeraie à Marrakech. Satisfait, mais pas bluffé: «Au dîner, truffes en amuse-bouche. Au petit déjeuner, tartine de truffes. Le luxe n'exige pas des truffes à tout-va.» Autre faute identifiée dès le lever: l'omelette intercalée entre une cascade de viennoiseries et une avalanche de makrouts au miel: «Généreux, mais pas pertinent sur le plan gastronomique. J'ai suggéré au chef de plutôt servir le sucré à la fin du petit déjeuner.»

Car Michel préfère la recommandation à la sanction. «Bien sûr, dans un palace tout doit être parfait, mais il faut aussi un peu d'humanité pour comprendre une situation.» Pour le consultant spécialisé Laurent Delporte, «l'hôtellerie reste très pyramidale, alors que la société demande plus d'horizontalité. Le client mystère peut avec bienveillance formuler ses remarques à tous les niveaux». Celles-ci figureront, sans désigner les «coupables», dans le compte rendu. Par écrit – la grille remplit plus deux ou trois pages. Et à l'oral, avec le general manager, au moment de l'addition, parfois effacée, parfois acquittée par l'inspecteur, puis refacturée à l'hôtel et remboursée. ➔



5
POINTS À
CONSIDÉRER
POUR BIEN
ÉVALUER UNE
CHAMBRE

Si Michel travaille pour le compte d'hôteliers soucieux d'améliorer la qualité de leurs prestations, ce n'est pas lui, par contre, qui attribue les étoiles. Depuis janvier 2010, c'est Atout France, l'agence de développement touristique, qui les décerne pour cinq ans à partir de critères objectifs. Ainsi, la présence du Wi-Fi, la propreté de la tenue du personnel d'accueil ou la mise à disposition d'une imprimante et de quatre titres de presse figurent parmi les 234 conditions exigées pour un cinq-étoiles. Créée après la classification de 2010, la qualité de «Palace» est, elle, attribuée par une commission assez hétéroclite, qui vaut au label d'être critiqué. Le K2 de Courchevel est ainsi considéré comme un Palace, contrairement au Ritz de Paris qui n'avait pas décroché le label en 2011...

Pour évaluer leur niveau de service, les hôteliers consultent également les questionnaires remplis par les clients. Paul Clark, le directeur des ressources humaines du groupe Mandarin oriental, suit aussi quotidiennement les avis publiés sur le site TripAdvisor : «Les vrais voyageurs ont parfois une opinion différente de celle des professionnels. Ainsi, ils vont tiquer devant le prix d'un café ou d'un plat, qui ne choque pas un habitué du luxe.» Surtout quand il ne paie pas. «Mais au même niveau d'excellence, la différence se fait aujourd'hui sur la qualité relationnelle, les petits gestes, les attentions spontanées, la façon d'interagir avec le client», affirme Isabelle Boutteville, créatrice d'Excel Place, une société d'audit et de conseil. En stage au Beau Rivage à Lausanne, Camille Loze, 21 ans, élève de l'école hôtelière de Glion, a rapidement vu l'évolution : «On repère assez vite un client mystère. Il essaie tout, du bar aux restaurants, ce qui n'est pas un comportement habituel. Il vérifie discrètement sur sa montre le temps que l'on met à apporter la commande. Actuellement, il est très porté sur l'émotion, le ressenti des échanges, pose beaucoup de questions sur notre métier, sur ce qu'on aime, ce que le client lambda n'a pas le temps de faire.» Bref, le client mystère... ne le reste pas longtemps. Et cela aussi fait partie du jeu.

Aliette de Crozet

PHOTO: SP ROYAL MONCEAU

1 LES OREILLERS

Il en faut au moins deux par personne, plus un dans le placard, ni trop durs ni trop mous. Un «pillow menu» proposant plusieurs tailles et textures est un plus. Dans les bonnes maisons, la demande d'un oreiller supplémentaire ne crée pas d'embarras!

2 LA LITERIE

Draps ou duvet? Ce dernier prend l'avantage, et on peut regretter. Le point principal: la qualité de la literie, à évaluer en s'asseyant au bord du lit puis après une nuit de sommeil. Des couvertures supplémentaires doivent être à disposition.

3 LES DÉTAILS CACHÉS

Est-ce propre dans l'encoignure des fenêtres, derrière les grilles d'aération, les rideaux? Ceux-ci sont-ils bien occultants? Que voit-on par la fenêtre? Y a-t-il un vis-à-vis? Une courette?

4 L'AMÉNAGEMENT

Y a-t-il une table où poser son ordinateur, des prises en nombre suffisant, un Wi-Fi non bridé? Notre inspecteur est attentif à la possibilité de se déplacer facilement, et elle lui semble ici limitée. Il ne comprend pas non plus l'accrochage pour le moins particulier du tableau.

5 LE CONFORT

Peut-on être assis confortablement près d'une source de lumière simple à allumer? Le fauteuil est-il bien positionné par rapport à la télévision? Le tapis ou la moquette sont-ils assez moelleux? Le chauffage est-il efficace et la clim est-elle silencieuse?