

« L'ART DE LA TABLE EST VECTEUR D'ÉCHANGE AVEC LES CLIENTS »

Diane Blanch, maître d'hôtel au Beau Rivage Palace à Lausanne, a remporté le Trophée du maître d'hôtel organisé à Lyon durant le Sirha en janvier dernier. Un concours tremplin pour les participants et une vitrine de l'art de la table et du service de plus en plus scrutée. Rencontre.

Offrir International : Qu'est-ce qui vous a motivée à participer au Trophée du Maître d'hôtel ?

Diane Blanch : Je me suis inscrite par goût pour l'univers des concours : c'est toujours une remise en question, l'occasion de mener de nouveaux projets et d'accepter un challenge. La particularité du Trophée du maître d'hôtel est de se dérouler devant un public, et non à huis clos devant le seul jury professionnel : j'avais envie de promouvoir le métier du service en salle devant un public. Enfin, même si je me suis lancée dans ce concours en mon nom, c'est aussi une belle visibilité pour le restaurant Anne-Sophie Pic au Beau Rivage Palace où j'exerce.

Qu'est-ce qui a été le plus challengeant pour vous ?

Nous avons reçu les sujets de la finale aux alentours du 10 décembre, j'ai donc dû préparer les épreuves au moment des fêtes de fin d'année, une période très active dans notre secteur. Mais dans les métiers du service, nous avons l'habitude de travailler sous pression et nous savons nous démultiplier ! Si mes recettes étaient au point, j'ai mis à profit la période de fermeture du restaurant en janvier pour trouver les contenants. Pour l'atelier sur l'art du fromage, j'ai notamment choisi une assiette en verre fumé rappelant l'élément minéral. Pour



Offrir International: What was your motivation for taking part in the Maître d'hôtel Trophy?

Diane Blanch: I signed up because I like competitions anyway – it's always an opportunity to examine what you are doing, to develop new plans, and to accept a challenge. What makes the Maître d'hôtel Trophy different is that it takes place in the public eye rather than behind closed doors in front of just a professional panel of judges. I was keen to promote the art of working a dining room in front of the public. Also, while I entered the competition under my own name, it also shines a light on the Anne-Sophie Pic restaurant at the Beau Rivage Palace where I practise my trade.

What was the most challenging thing for you?

We were given the subjects for the final round on 10 December or thereabouts, so I had to prepare the tests during the end-of-year festivities celebrations period – a very busy time in the sector. But in the service industry, we are used to working under pressure and we are good at multi-tasking! My dishes were spot on, and I made the most of the restaurant's January closure to sort out the containers. For the 'craft of cheese' workshop, I opted for a smoked glass plate that recalls the mineral element,

"TABLEWARE IS A VECTOR OF COMMUNICATION WITH CUSTOMERS"

Diane Blanch, maitre d' at the Beau Rivage Palace hotel at Lausanne, won the Maître d'hôtel Trophy at Lyon at the Sirha trade fair in January. The competition is a great platform for contestants as well as being a showcase for service and tableware - both increasingly under the spotlight. We take a closer look.

l'art du café, l'épreuve consistait à réaliser un cocktail en slow coffee. J'ai réussi à trouver des verres en formes de bonbons en référence aux papillotes lyonnaises, en hommage à la ville accueillant le concours, pour présenter une boisson mêlant du café et un lait meringué espagnol parfumé à la cannelle. J'avais besoin d'un contenant transparent pour mettre en évidence les différences de densité, donc de couleurs : une strate de crème au fond avec le lait meringué, puis le café et enfin la mousse pour un rendu très visuel grâce à ce verre. En barware, il y a deux écoles : les adeptes des contenants épurés et linéaires, et la tendance actuelle en faveur de contenants originaux. C'est cette option que j'ai privilégiée pour porter cette préparation.

J'ai aussi choisi une céramique lyonnaise pour les verres à cocktail pour la demi-finale, afin de valoriser le travail local d'un artisan. C'est une démarche que nous menons déjà au Beau Rivage Palace : une de mes premières missions consistait à rechercher des céramistes suisses pour valoriser les acteurs locaux. Nous en avons sélectionné deux qui réalisent pour nous des projets sur-mesure. Cela représente certes un coût ainsi que des délais en termes de production, et requiert beaucoup de recherches, mais je suis sensible aux arts de la table.

Comment définissez-vous l'art de dresser une table ?

Le dressage de la table reflète le cadre, l'ambiance et la cuisine d'un restaurant, et permet au client de mettre un pied supplémentaire dans le décor, au-delà de l'environnement général. C'est une mise en condition, selon les éléments qui se trouvent sur la table (nappe, argenterie, etc.). Cela étant, tout est permis de nos jours : même dans un restaurant gastronomique, il peut n'y avoir aucune mise en place préalable : c'est vraiment un parti-pris pour exprimer une personnalité et un savoir-faire uniques : chaque restaurant et chaque salle sont différents.

Quelle est votre table idéale ?

C'est une table assez épurée, qui comporte pour commencer deux assiettes (une de présentation, une à pain), blanches de préférence, un verre à eau et un objet décoratif qui reflète une personnalité (celle du chef, du restaurant ou l'histoire qu'on souhaite raconter). Après, tous les à-côtés sont apportés sur la table qui ainsi prend vie. Avec une table déjà totalement dressée, le client ne fera pas toujours attention à la multitude d'éléments qui s'y trouvent, tandis que le fait de les amener au fur et à mesure confère une valeur ajoutée.

J'aime beaucoup les pièces en céramique qui se démarquent par des formes originales, ainsi que la tendance surréaliste. Les assiettes en bois sont également très intéressantes pour le service. Et j'adore la méthode japonaise kintsugi qui consiste à réparer les objets en céramique ou porcelaine en les rehaussant d'or : cela procure un objet non conventionnel et unique, avec un côté sustainable.



among other things. For the coffee part, the trial was to do with making a slow-coffee cocktail - I found candy-shaped glasses to reference the wrapping of the traditional wrapped chocolates known as 'papillotes Lyonnaises' as a tribute to the city hosting the competition, presenting a drink that blends coffee with Spanish meringue milk with cinnamon flavour. I needed a transparent vessel for that to highlight the differences in density, and therefore in colours: there's a layer of cream at the bottom with the meringue milk, then you have the coffee, then you have the froth that results in a highly visual drink thanks to that glass container. There are two schools of thought as far as barware is concerned: the linear, streamlined containers; and the current trend for original containers - the latter is the one I opted for to serve the preparation.

I also chose a Lyon ceramic for the cocktails for the semi-final in order to spotlight the local work of an artisan - it's something we do anyway at Beau Rivage Palace - one of my first tasks there was to seek out Swiss ceramic artists to highlight local craftsmen. We chose two ceramic artists, and they make customised pieces for us. There's a cost involved, of course, as well as delivery period constraints production-wise and you need to do a lot of research. But I am sensitive to tableware.

How would you define the art of dressing a table?

Dressing a table is about reflecting a restaurant's setting, ambiance and cuisine. It's also a way for the customer to better anchor themselves in the décor, over and above the general feel of the place. It's like a priming device using the elements of the dining table, such as the silverware and the tablecloth. That being said, these days everything is permitted - even in a gastronomic-level restaurant, there's no set way of doing things and it's really down to the individual to express their unique expertise and personality. Every restaurant and every dining room are different.

LE TROPHÉE DU MAÎTRE D'HÔTEL

Le Trophée du maître d'Hôtel est né de la rencontre entre Denis Férault, Denis Courtiade, Hervé Parmentier, Stéphane Trapier et Patrick Chauvin. Ces cinq professionnels du service investis dans leur profession, ont créé ce concours en 2015, œuvrant pour que celui-ci devienne une référence parmi les maîtres d'hôtel, fort de ses valeurs que sont la transmission, l'innovation et l'excellence. Sa finale se déroule aux côtés des plus grands concours gastronomiques, notamment le Bocuse d'or. L'édition 2023 a été remportée par Diane Blanch, suivie par Tess Constant (Maison Troisgros à Ouches) et Émilie Saint Quentin (hôtel-restaurant Anne de Bretagne à La Plaine-sur-Mer) ont respectivement décroché les trophées d'argent et de bronze.



THE MAÎTRE D'HÔTEL TROPHY

The Maître d'Hôtel Trophy came about following a meeting between five service professionals with a keen interest in their trade: Denis Férault, Denis Courtiade, Hervé Parmentier, Stéphane Trapier and Patrick Chauvin. They came together to set up the competition in 2015, in the hope that it would become a flagship event among maîtres d'hôtel staff on the back of the values the Trophy embodies: communication, innovation, and excellence. The final takes place alongside the biggest gastronomic competitions, including the Bocuse d'or. The 2023 event was won by Diane Blanch, with silver and bronze trophies won respectively by Tess Constant (Maison Troisgros at Ouches) and Émilie Saint Quentin (hotel-restaurant Anne de Bretagne at La Plaine-sur-Mer).



Quelles sont les tendances et les attentes clients que vous observez actuellement ?

Nous assistons au retour en force des matières naturelles telles que le bois, la pierre, etc.

Les clients se révèlent sensibles à la texture, à la finesse, au bruit, aux décors des objets d'art de la table. Au Beau Rivage Palace par exemple, les assiettes de présentation sont ornées de fleurs, afin que les convives entrent immédiatement dans l'univers de la chef qui utilise beaucoup d'herbes et d'épices dans sa cuisine. Nous avons aussi demandé à nos partenaires céramistes une collection dans les tons bleus évoquant le lac Léman pour la présentation des poissons, et cela fonctionne très bien. L'art de la table est vecteur d'échange avec les clients et cela nous donne, en salle, l'opportunité d'une histoire à raconter. C'est un tout, une expérience, un instrument mais aussi un objet décoratif. C'est donc une pierre dans l'histoire du restaurant, avec le décor, le paysage, le service, la cuisine, et l'annonce des plats. L'art de la table fait partie d'une expérience globale. ●

What is your ideal dining table?

That would be a fairly streamlined table that comprises two plates as a starting point (presentation, and bread) that are white, ideally. There would also be a water tumbler and a decorative object that reflects a particular personality (for example, that of the Chef or the restaurant, or the story you want to be telling). Then all the other side elements are brought to the table, making it come to life. When a customer comes to an already fully-dressed table they will not necessarily pay attention to the multitude of elements that are there, whereas introducing them gradually to the table confers added value. I really like ceramic pieces that stand out for their original shapes, as well as the surrealist trend. Wooden plates are also good for the service. I love the Japanese kintsugi method that is all about repairing porcelain or ceramic objects using gold – you end up with a unique and unconventional item, with a sustainable feel to it.

What customer expectations and trends are you seeing at the moment?

We are witnessing a strong return of natural materials such as wood and stone. Customers are turning out to be sensitive to texture, delicacy, sounds, and to the decoration elements of artistic pieces on the dining table. At the Beau Rivage Palace, for example, presentation plates are adorned with flowers so that guests immediately enter into the universe of the Chef who uses lots of herbs and spices in the cooking. We also ask our partner ceramic artists to create a collection in blue tones to evoke Lake Leman for serving fish, and that works really well. Tableware is a vector of communication with customers and it is a great opportunity for us to tell a story in the dining room. So it's a building block of the restaurant's story together with the décor, the landscape, the service, the cooking, and the announcement of the dishes. The tableware is part of the overall experience. ●