



## ETUDE METIER RECEPTIONNISTE

2021



## Table des matières

1.	OBJECTIFS ET METHODOLOGIE .....	3
1.1.	CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ETUDE.....	3
1.2.	METHODOLOGIE ET ECHANTILLON .....	4
2.	UN METIER QUI EVOLUE – UNE EVOLUTION QUI POURRAIT S'ACCELERER AVEC LA CRISE SANITAIRE.....	5
3.	UNE EVOLUTION DU METIER DE RECEPTIONNISTE VERS UN RENFORCEMENT DE LA FONCTION D'ACCUEIL ET UNE AUGMENTATION DE LA POLYVALENCE.....	7
4.	SENS DE L'ACCUEIL, CONNAISSANCES DE LANGUES ET OUVERTURE A LA POLYVALENCE SONT LES COMPETENCES ESSENTIELLES.....	10
4.1.	IMPORTANCE ACCRUE DU SENS DE L'ACCUEIL ET DES LANGUES.....	10
4.2.	OUVERTURE A LA POLYVALENCE.....	12
4.3.	AUTRES COMPETENCES IMPORTANTES.....	13
4.4.	LES COMPETENCES DIGITALES .....	14
4.5.	AUTRES COMPETENCES .....	15
4.6.	UN AUTRE MANAGEMENT ? .....	15
5.	CONCLUSIONS ET PLAN D'ACTION .....	16
5.1.	CONCLUSIONS .....	16
5.2.	PLAN D'ACTION .....	18

# 1. Objectifs et méthodologie

## 1.1. Contexte et objectifs de l'étude

La formation de réceptionniste a été créée en 2010, afin de répondre à une demande des entreprises de l'hôtellerie pour une formation avec une partie en alternance, formation qui leur permettrait ainsi de 'tester' les collaborateurs potentiels lors du stage et d'investir dans la formation sur le terrain.

Au départ, il s'agissait d'un programme classique avec des langues planifiées en compétences techniques. Comme les connaissances en langues n'étaient pas suffisantes pour les employeurs, une première adaptation du programme a été réalisée au niveau de l'enseignement des langues, dans le sens qu'une partie des compétences reprend des exercices en 3 langues (par ex. la gestion des plaintes).

Avant la crise, le métier de réceptionniste semblait déjà évoluer vers plus de 'hosting' et de polyvalence, c'est-à-dire vers plus de 'upselling', de relation client, de meilleure connaissance touristique, ... Qu'en est-il aujourd'hui ? Cette tendance se confirme-t-elle ? Doit-on modifier le programme de la formation ? Et si oui, comment le transformer pour coller aux demandes du secteur ?

Plus précisément, l'étude doit permettre de répondre aux questions suivantes :

1. Comment évolue le métier de réceptionniste ? Quel niveau de responsabilités ? Quelles tâches ?
2. Quelles sont les compétences demandées ? c'est-à-dire ce qu'il faut pour mener à bien les tâches ?
3. Et en particulier, quelles sont les compétences à développer au niveau
  - **Digital** : quelles connaissances et compétences attend-on au niveau des systèmes de réservation ? D'autres compétences digitales sont-elles nécessaires ?
  - **Langues** : Combien de langues ? et lesquelles ?
  - **Compétences communication client** :
    - o Qu'est-ce qui change ?
    - o Cela va-t-il dépasser la politesse, l'empathie, et la convivialité ?
    - o Qu'entend-on par empathie ? dans quel sens cela évolue-t-il ?
4. Perception et évaluation de la formation réceptionniste Horeca Forma Be Pro
5. Comment Horeca Forma Be Pro peut-il faire évoluer son programme de formation pour mieux répondre aux besoins des hôtels ?

## 1.2.Méthodologie et échantillon

15 entretiens en face-à-face ont été menés avec des personnes responsables du recrutement des réceptionnistes (directeur général, responsable des ressources humaines ou front office manager). Ces entretiens d'une durée d'environ 1h ont été réalisés entre le 20 septembre et le 9 novembre 2021.

	Echantillon visé	Echantillon réalisé
<b>Hôtels</b>	<b>11</b>	<b>10</b>
<b>Standing</b>		
5*	3	3
4*	4	5
3*	4	2
<b>Groupe hôtelier (3* et 4*)</b>		<b>1</b>
<b>Autres concepts</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
2 appart-hôtels	2	2 (3*)
2 'concepts tendance'	2	2 (4*)
<b>Situation géographique</b>		
Centre	4 à 5	4
quartier européen	3	2
aéroport	3	1
reste de Bruxelles	4 à 5	7
<b>TOTAL interviews</b>	<b>15</b>	<b>15</b>

## 2. Un métier qui évolue – une évolution qui pourrait s’accélérer avec la crise sanitaire

Le métier de réceptionniste était effectivement déjà en évolution avant la crise sanitaire. Toutefois, cette dernière devrait l’accélérer. Bien qu’il y ait un consensus sur le rôle et l’importance du réceptionniste, ce métier peut prendre diverses formes sur le terrain, en fonction des valeurs et du concept de l’hôtel. De même pour le futur, il n’y aura pas une évolution uniforme mais des évolutions multiples.

Les hôtels qui sont en voie de faire évoluer les tâches de leurs réceptionnistes sont encore dans l’expectative. A l’heure actuelle, tous les hôtels fonctionnent encore avec un personnel réduit et très polyvalent et les incertitudes de marché auxquels ils sont confrontés, rend difficile la définition des tâches futures du réceptionniste. **L’idée d’une évolution est présente mais la façon de la matérialiser n’est pas encore claire.** Interrogés à cet effet, les responsables évoquent souvent des idées déjà présentes sur le marché.

Il semblerait aussi que ce sont les hôtels 4\* qui seront, à court terme, le plus touchés par des évolutions du métier. Les hôtels 3\* avaient déjà souvent atteint avant la crise, une grande polyvalence du métier et ne semblent pas vouloir l’accentuer. Les hôtels 5\* ayant une plus grande capacité financière et une volonté de maintenir une image de luxe, semblent vouloir conserver la répartition traditionnelle des tâches entre les divers métiers, mais cela n’exclut pas que le réceptionniste soit amené à aider d’autres départements (comptabilité, réservation) de manière ponctuelle pendant des périodes creuses.

---

*‘On est plus conscient des coûts. La crise nous a permis d’harmoniser certains processus pour être plus efficace mais on ne va pas leur demander demain d’aller au petit-déjeuner, ce n’est pas notre philosophie’ (hôtel 5\*)*

---

Cette évolution du métier de réceptionniste est causée par l’interaction de **4 facteurs**, dont certains sont renforcés ou provoqués par la crise sanitaire. Ces facteurs sont :

- l’automatisation et la digitalisation
- les attentes des clients pour plus d’expérience
- la rationalisation des coûts et les difficultés de recrutement
- l’accroissement de l’insécurité dans certains quartiers/hôtels

### L’automatisation et la digitalisation

L’automatisation croissante de certaines tâches ainsi que la convivialité accrue des systèmes utilisés libèrent le réceptionniste de certaines tâches. Il effectue de moins en moins de travail d’encodage, de comptabilité et de reporting’.

---

*‘Pour des raisons de sécurité, on privilégie les réservations par plateforme plutôt que les réservations directes. Aujourd’hui, il n’y a plus que la clé de chambre à créer et le paiement à encoder. Il faut juste comprendre chaque champ pour le cas où le client souhaiterait prolonger, pour pouvoir éventuellement changer le tarif, appliquer des réductions, ou corriger des erreurs.’ (hôtel 4\*, centre)*

---

Parallèlement à cela, la digitalisation et la démocratisation d'internet ont rendu le client beaucoup plus autonome. Celui-ci recherche toutes ses informations sur le net et s'adresse de moins en moins au réceptionniste.

Viennent ensuite s'ajouter d'autres outils, tels que les bornes touristiques, les bornes de check in/out ou le mobile checking qui renforcent encore l'autonomie du client et libèrent le réceptionniste de ses tâches traditionnelles.

Cette tendance à une digitalisation croissante continuera avec le temps.

---

*'Le travail de check in/out va toujours diminuer. On n'introduira plus de données ; il faudra juste scanner des QR codes. Il ne faudra plus créer des cartes clés mais juste scanner, ...' (hôtel 3\*, reste de Bruxelles)*

*'Demain, c'est vous qui introduirez votre demande et vous ne passerez pas par une personne pour faire votre dossier' (groupe hôtels 3\* et 4\*)*

---

### Les attentes des clients pour plus d'expérience

D'un côté, les clients font de plus en plus eux-mêmes mais de l'autre, ils sont en recherche d'expériences particulières, de quelque chose de différent, ainsi que de contacts humains. Les hôtels l'ont bien compris et certains sont décidés à faire jouer un rôle à leur personnel dans ce sens. **Cette recherche de différenciation à travers l'accueil** risque de s'accroître dans l'après-covid en raison de l'intensification de la concurrence.

---

*'Tous les hôtels donnent la même chose, un lit, une douche, une table, ... mais le client ne vient pas que pour cela. Bien sûr le basique doit être nickel. Mais le client vient pour un contact, ... une expérience locale .. , un hôtel qui a des valeurs et qui fait aussi rêver'. C'est le staff qui véhicule tout cela' (hôtel 4\*, Louise)*

---

### La rationalisation des coûts et les difficultés de recrutement

Redistribuer les tâches et tendre vers plus de polyvalence permet naturellement de combler les temps morts, de réduire le personnel nécessaire, de mieux gérer les absences et les congés et de pallier certaines difficultés de recrutement. La crise sanitaire ayant engendré des difficultés financières et augmenté les difficultés de recrutement, elle pourrait s'avérer être un accélérateur de cette tendance vers plus de polyvalence, d'autant plus qu'elle a déjà permis à ces hôtels, d'expérimenter ou d'inventer durant ces 18 derniers mois, par la force des choses, d'autres façons de fonctionner.

---

*'Les chiffres ne sont pas là, il faut trouver des solutions au niveau du payroll. C'est ce qui coûte le plus cher : plus de flexibilité, une autre manière de travailler, redéfinir des fonctions.' (hôtel 4\*, aéroport)*

*'Les bornes touristiques, c'est un 'step' que l'on n'a pas encore franchi, mais avec le Covid, on va devoir franchir le pas, je pense.' (hôtel 4\*, centre)*

---

### L'accroissement de l'insécurité dans certains quartiers/hôtels

Avec la crise sanitaire, certains hôtels mentionnent une augmentation des situations d'insécurité, tant à l'extérieur (augmentation des mendiants qui squattent l'entrée des hôtels, des dealers, ...) qu'à l'intérieur de l'hôtel (chez les clients, plus d'agressivité verbale et moins de censure - ex. propos

xénophobes, mais aussi plus de clients sous l'emprise de l'alcool ou de la drogue). Cette situation touche plus spécifiquement le réceptionniste de nuit.

Parallèlement, d'autres hôtels signalent une augmentation des arnaques non violentes (par téléphone ou email -fishing).

Cette évolution sera-t-elle pérenne ? Il est difficile de répondre à l'heure actuelle. Mais si tel est le cas, elle pourrait engendrer une plus grande importance accordée aux capacités de gestion de l'agressivité ou réfréner les tendances de certains hôteliers à créer plus de proximité et de contact avec le client.

### 3. Une évolution du métier de réceptionniste vers un renforcement de la fonction d'accueil et une augmentation de la polyvalence

Lorsque l'on parle d'évolution de la fonction, les hôteliers mentionnent principalement **deux grands axes**, à savoir **le renforcement de la fonction d'accueil** et **la polyvalence**. Certains envisagent de développer l'un ou l'autre, d'autres les deux. La mise en place dépendra du concept et des valeurs de l'hôtel mais aussi de sa situation financière. A ces deux axes principaux, vient s'ajouter, pour un petit nombre d'entre eux, la possible augmentation de confrontations à des situations de insécurité/d'agressivité qui toucherait principalement le 'night auditor'.

#### A. Le renforcement de la fonction d'accueil/'hospitality'

Le premier axe d'évolution du métier de réceptionniste est **le renforcement de la fonction d'accueil**. Le temps économisé sur les tâches de check in/out serait alors consacré à d'autres tâches d'accueil, avec pour objectif de renforcer **le sens de l'hospitalité** de l'établissement et de ses collaborateurs, et d'élever le service.

---

*'Le service est le point sur lequel on veut mettre l'accent. Si du temps se libère avec l'automatisation, on va mettre plus de temps avec le client, pour répondre à un commentaire, pour faire le suivi de quelque chose' (hôtel 4\*, quartier européen)*

---

Le renforcement de la fonction d'accueil peut alors suivre **deux mouvements** :

- D'une part, on désire passer d'un accueil réceptionniste plutôt 'administratif et poli' (check in/out, messenger/transporteur de messages/coordonateur) à plus de convivialité et d'empathie/**de personnalisation de l'accueil**.
- Et d'autre part, augmenter les interventions du réceptionniste **tout au long du parcours client** plutôt que de les concentrer au moment de son entrée et de sa sortie. Ce deuxième mouvement participe au désir d'offrir un service plus '**client centricity**' en se focalisant sur le parcours du client plutôt que sur les métiers et les tâches à effectuer.

Lorsque l'on parle de mettre plus d'accent **sur la convivialité et l'empathie**, cela peut recouvrir **différentes réalités selon les hôtels**. Cela peut signifier :

- **renforcer chez le client le sentiment d'être attendu** : dans ce cas, on met l'accent sur l'importance accrue d'un certain cérémonial pour faciliter les échanges (le sourire, '*ne pas donner l'impression d'avoir fait 50 check-in*'; aller à la rencontre du client (par rapport à le recevoir derrière son comptoir) ; supprimer le comptoir ; faire le check in/out dans un fauteuil avec une tablette ou autour d'une table ; offrir une boisson ; accompagner le client faisant lui-

même son check in/out sur la borne ... ce cérémonial est variable et dépend des valeurs et du concept de l'hôtel.

---

*'Le but est que le réceptionniste aille davantage vers le client et que cela ne soit pas le client qui vienne à lui. Comment on va le mettre en place, on ne sait pas encore. On veut que cela soit plus dynamique.'* (hôtel 4\*, Louise)

---

- **simplifier sa vie/l'assister dans la résolution de tous les problèmes** qu'il peut rencontrer, l'aider tout de suite et efficacement (ex. imprimer un document, dépanner en cas de panne/casse/oubli de matériel bureautique, prévoir des adaptateurs, préparer un petit déjeuner à 2h30, faire un lit bébé parce que cela arrive à 22h, ...) (plus pour les 3\* et les business)

---

*'Nous sommes là pour résoudre des problèmes, comprendre le problème de l'autre pour pouvoir l'aider' (hôtel 3\*, reste de Bruxelles)*  
*'Si on s'oriente vers le flex office, le réceptionniste pourrait se voir attribuer d'autres tâches, comme s'assurer que toute la digitalisation indispensable à l'organisation des bureaux soit à jour, avec un support IT nécessaire, avec une connaissance de l'outil digital à disposition, être le premier help desk s'il y a un problème technique.'* (groupe hôtelier, 3 et 4\*)

---

- **le surprendre par des conseils/sonder s'il y a des demandes, en reprenant une partie des tâches de la conciergerie (plus pour les loisirs et les 4\*)**

---

*'Apporter une expérience client', 'sentir le conseil de l'expert local', 'avoir un coup d'avance (en tant qu'habitant local) sur ce qui est référencé dans les guides/internet', 'pour avoir une plus-value, il faut faire une veille de ce qu'il se passe à Bruxelles', 'où envoyer le client pour ne pas qu'il se fasse avoir comme un touriste, et qu'il puisse 'goûter le belge' ?'*

---

- **assurer le service après-vente** : pouvoir demander et identifier les sources d'amélioration – répondre aux reviews et traiter les commentaires négatifs

---

*'Les reviews sont importantes. Si on peut avoir un 8,8 au lieu d'un 8, cela amène des clients supplémentaires' (hôtel 4\*, centre)*

---

- **animateur** : dans certains nouveaux concepts dits 'lifestyle', organiser et animer des événements (bataille de coussins, soirées DJ's, soirées jeux à thèmes, ...)

Naturellement, tous les clients ne désirent pas bavarder avec le réceptionniste. Il sera d'autant plus nécessaire pour ce-dernier de pouvoir distinguer les clients qui sont en demande de plus de convivialité et de conseils.



**Le deuxième mouvement** dans le renforcement de l'accueil du client consiste à faire intervenir le réceptionniste **plus souvent tout au long du parcours du client** en augmentant ses interventions avant l'arrivée, pendant le séjour et après la sortie du client. Ce qui implique de reprendre certaines tâches d'autres métiers, tels que :

- **Agent de réservation/commercial** : s'occuper des réservations individuelles, négocier des tarifs (marge de manœuvre pour négocier les tarifs des clients réguliers), rédiger des offres pour les réservations de groupe/de séminaires, identifier les clients corporate réguliers à qui on pourrait faire signer 1 contrat corporate, ...
- **Conciergerie** : conseils d'expert local concernant des visites touristiques, bars et restaurants, évènements, ...
- **Marketing/service après-vente** : réponse à des reviews
- **Comptabilité** : ex. envoi des factures, ...

## **B. La polyvalence**

Lorsque l'on parle de l'évolution du métier de réceptionniste, les hôteliers parlent en général **d'une polyvalence accrue**. Toutefois, ce terme peut recouvrir de multiples réalités. Il peut s'agir de tâches qui relèvent d'une extension de l'accueil (réservations, conciergerie, reviews, ...) telle que nous l'avons décrite dans le point précédent ou de tâches plus éloignées du métier de base. Nous avons décidé d'utiliser le terme 'polyvalence' pour désigner ces dernières.

La polyvalence demandée peut couvrir différentes tâches, et cette polyvalence peut s'exercer de manière différente d'un hôtel à l'autre, et ce, même au sein d'un même groupe. Les tâches choisies dépendront du concept de l'hôtel, de ses services, du nombre de chambres et de la disposition de l'espace. En effet, on ne va pas demander au réceptionniste de préparer de la petite restauration si le restaurant est situé à l'opposé de la réception.

La polyvalence peut s'exprimer de **deux manières** :

- **Effectuer des tâches d'un autre département à l'intérieur de l'hôtel, le plus souvent des tâches F&B**, telles que :
  - La mise en place du petit déjeuner (pour le night auditor),
  - Le remplissage des distributeurs nourriture et boissons du lobby,
  - Le service et la vente comptoir : en-cas sucrés et salés – sandwiches, bagels, .. et boissons
  - Le service en salle : petit déjeuner/lunch/diner, mise en place et service banquets
  - Barman : service et caisse bar,
  - La préparation de petite restauration : réchauffer et servir des plats (pizzas, ...), hot-dog, croque-monsieur, ...
  - ...
- **Aller travailler dans un autre hôtel du groupe** quand des marques différentes sont situées à proximité l'une de l'autre (en fonction des taux d'occupation, des absences de personnel, ...) ; ce qui nécessite de pouvoir s'adapter à des publics et des environnements différents.

## **C. L'augmentation des confrontations à des situations d'insécurité/d'agressivité**

La crise sanitaire semble aussi avoir augmenté les situations d'insécurité et/ou d'agressivité auxquelles sont confrontés les réceptionnistes. La question est de savoir si ces situations perdureront, une fois le retour à la normale.

Avant la crise, certains quartiers de Bruxelles étaient déjà reconnus comme plus risqués. **La crise sanitaire semble avoir augmenté cette insécurité ou sa perception.** Cette évolution pourrait impacter le métier de réceptionniste de nuit. Certains hôteliers évitent de mettre des femmes en poste la nuit, d'autres réfléchissent à l'éventualité d'engager à plus long terme des agents de sécurité étant donné que les tâches de 'reporting' tendent à diminuer.

La crise sanitaire a aussi augmenté les **situations de conflits**, causées notamment par l'application des règles Covid, la polarisation des avis, ... mais aussi par l'arrivée d'une nouvelle clientèle moins 'éduquée', attirée par la forte diminution des prix de certains hôtels, ... On constate une augmentation des situations de conflits (agressivité verbale, propos xénophobes, clients sous l'emprise de l'alcool, de la drogue, mais aussi mendiants qui squattent l'entrée, ...).

Parallèlement, le développement des paiements numériques engendre une augmentation des arnaques non-violentes (fishing, par téléphone).

## 4. Sens de l'accueil, connaissances de langues et ouverture à la polyvalence sont les compétences essentielles

Les évolutions dans le métier de réceptionniste ne demandent pas d'autres compétences mais modifient plutôt le poids que l'on accorde aux compétences traditionnellement demandées. **L'importance du sens de l'accueil et de la connaissance des langues s'amplifie** alors que les compétences en gestion de logiciel de réservation perdent de leur importance.

---

*'Maintenant, on cherche une attitude plutôt que des compétences. Avant, on regardait plus son expérience en hôtellerie, est-ce que cette personne connaît le logiciel, ses références et les types d'hôtel dans lequel elle avait travaillé.'* (hôtel 4\*, Louise)

*'L'attitude prime sur les compétences, sauf sur les langues' (hôtel 4\*, aéroport)*

*'Avoir un savoir-être avant un savoir-faire' (hôtel, 4\*, centre)*

---

Même dans les hôtels où l'on demande plus de polyvalence au réceptionniste, ceux-ci mentionnent que la formation de réceptionniste doit rester centrée sur l'accueil et la communication, le reste (techniques de salle, gestion du bar, ... ) peut s'apprendre dans l'entreprise.

### 4.1. Importance accrue du sens de l'accueil et des langues

**Le sens de l'accueil**, c'est 'avoir envie de faire plaisir', 'avoir envie de rendre service', 'être content de pouvoir aider', 'prendre du plaisir à voir partir un client très content', 'se couper en 4', 'aimer les gens avant tout', 'être à l'écoute du client'.

Cette compétence est souvent vue comme une compétence intrinsèque, un 'soft skill', quelque chose qui ne s'apprend pas. Elle souligne l'importance de **l'empathie** mais aussi des **techniques de convivialité et d'écoute active**.

Qui dit renforcement de l'accueil et de la convivialité implique de pouvoir communiquer de manière fluide avec le client mais aussi avec les collègues et donc une **bonne connaissance des langues**.

---

*'En tant qu'ambassadeur de l'hôtel, la communication passe par la connaissance des langues' (groupe hôtelier, 3\* et 4\*)*

*'Pour la réception, la base, ce sont les langues.'* (hôtel 4\*, centre)

*'Dès que la communication ne passe pas, cela devient compliqué pour régler les conflits, pour régler les problèmes, ...'* (hôtel 4\*, quartier européen)

---

---

*'La connaissance des langues est nécessaire pour le client mais aussi pour dialoguer avec le collègue et former un esprit d'équipe' (groupe hôtelier 3\* et 4\*)*

---

Les langues demandées et le niveau de connaissance sont :

- **Anglais : niveau B 1 ou 2, voire C**

---

*'Il faut pouvoir converser, sans devoir chercher ses mots, pouvoir poser des questions' (hôtel 5\*, centre)*

*'Savoir indiquer de manière fluide les renseignements concernant les chambres, les visites, les musées, ...' (hôtel 4\*, centre)*

*'Pouvoir comprendre les divers accents' (hôtel 4\*, quartier européen)*

*'Pouvoir suivre une conversation business, qui ne soit pas nécessairement dirigée hôtellerie' (hôtel 4\*, quartier européen)*

---

- **Néerlandais** : il est demandé quand l'hôtel a une clientèle limitrophe, mais aussi parce que l'on est en Belgique

---

*'Accueillir un client en néerlandais permet d'avoir des points dans les reviews' (hôtel 4\*, centre)*

*'Un bon jargon de la réception' (hôtel 3\*, reste Bruxelles)*

*'Il est de plus en plus difficile de trouver des gens qui veulent faire l'effort d'apprendre. Ce sont nos premiers clients, on doit faire l'effort' (hôtel 3\*, reste Bruxelles)*

*'Un collaborateur qui a étudié le néerlandais pendant ses humanités a une connaissance de base mais qui n'est jamais suffisante' (groupe hôtelier 3\* et 4\*)*

---

- **3<sup>ème</sup> langue** : une troisième langue est très valorisée car elle permet d'attirer et de fidéliser le client

---

*Au début que je travaillais chez NH, je ne parlais pas espagnol. Une cliente m'a fait remarquer qu'elle venait exprès dans ce groupe hôtelier car on parlait espagnol'*

*'Mes clients italiens sont accrochés à ma réceptionniste italienne. Je peux les renseigner aussi, mais ils veulent parler à Fabiola' (appart hôtel 3\*, centre)*

---

Si la connaissance du français, de l'anglais et du néerlandais oral est importante, il faut aussi pouvoir écrire des emails et des reviews de manière correcte. La plupart du temps, il existe des templates mais le réceptionniste doit pouvoir les adapter.

Cette importance accordée aux langues engendre deux tendances :

- Une tendance accrue à recruter des personnes sans formation hôtelière mais qui ont une bonne connaissance des langues.
- La valorisation des personnes d'origine étrangère qui possèdent une autre langue maternelle

---

*'Tous nos réceptionnistes sont minimum quadrilingues (français, anglais, néerlandais et leur langue maternelle). J'ai un Brésilien, une Russe, un Africain, et un Egyptien. On a un melting pot de langues et on arrive toujours à un moment à avoir quelqu'un qui accueille le client dans sa propre langue.'* (hôtel 4\*, centre)

*'Mon idée était d'avoir un panel de collaborateurs diversifié en langues. J'ai plein de nationalités car je voulais que cela soit un atout. Avec les collaborateurs actuels, on peut accueillir aussi en allemand, espagnol, italien, grec, roumain, albanais, rwandais, arabe'* (appart-hôtel, 3\*, décentralisé)

---

Notons que des hôtels ayant reçu des stagiaires HFBP ont mentionné le niveau de langues insuffisant de certains candidats.

---

*'Elle évitait de poser des questions au client car elle avait peur de devoir répondre'*,  
(hôtel 4\*, centre)

---

## 4.2. Ouverture à la polyvalence

A côté du sens de l'accueil et de la connaissance des langues, l'évolution du métier demande également une **ouverture à la polyvalence** qui pourrait, selon certains, être favorisée en promouvant dans les formations une vision décloisonnée des métiers de l'hôtellerie, de présenter l'hôtel comme un concept global regroupant des tâches 'hospitality' (càd que tous les collaborateurs font de l'hospitality mais via des tâches différentes). Cela nécessite d'avoir une vue du fonctionnement global d'un hôtel, en parlant de services plutôt que de fonctions/jobs.

---

*'L'Horeca est très segmenté en fonctions mais nous faisons tous le même métier à des endroits différents. Il importe de prendre conscience que notre métier est d'accueillir le client en début, pendant et à la fin de son séjour'* (groupe hôtelier 3\* et 4\*)

---

### 4.3. Autres compétences importantes

#### A. La culture et la curiosité touristique pour conseiller et surprendre

Afin de personnaliser l'accueil, certains hôtels demanderont à leurs réceptionnistes de pouvoir donner des conseils que l'on ne trouve pas sur internet et dans les guides. On leur demandera de pouvoir prendre une position '*d'expert local*'. Ce qui demande de

- connaître l'histoire et la culture belge,
- bien connaître sa ville,
- mais aussi d'apprendre à faire de la 'veille touristique', de s'informer en continu sur ce qui se fait de nouveau (en termes d'évènements, restaurants, bars, ...). Il semblerait que Visit Brussels fasse une formation dans ce sens (mentionné par un répondant).

---

*'On ne vous demande pas l'adresse d'un italien. Mais le meilleur petit italien.'* (hôtel 4\*, quartier européen)

---

#### B. La débrouillardise et l'autonomie pour assister le client

L'accueil client, c'est aussi veiller à ce que rien ne vienne entraver le bon déroulement du séjour ; c'est se positionner comme un assistant en cas de problème. Il s'agit d'être efficace rapidement. Pour cela, il faut de la débrouillardise et de l'autonomie, c'est-à-dire être capable de trouver des solutions par soi-même, pour des choses que l'on n'a jamais faites avant et sans devoir passer la hiérarchie (ex. prendre sa voiture ou une voiture de l'hôtel pour conduire un client à l'aéroport parce que le taxi n'arrive pas)

#### C. Le sens commercial et la diplomatie pour assurer le service après-vente :

Le développement des reviews joue un rôle important dans l'attractivité d'un hôtel. Il est important d'avoir une bonne cote pour attirer les nouveaux clients. De par sa position, le réceptionniste est bien placé pour récolter le feedback des clients et dialoguer avec lui. Pour ce faire, il faut

- pouvoir installer un climat de confiance pour que les clients parlent de leurs frustrations à la sortie et pas sur le net,
- ne pas prendre les remarques comme une attaque personnelle mais comme un moyen de s'améliorer,
- être capable de répondre à des reviews (même si des templates existent et que les gros problèmes sont généralement traités par le Front office manager ou le directeur)

#### D. Assurer sa zone de sécurité/sa bulle

Qui dit plus de proximité avec le client, dit aussi pouvoir assurer sa zone de sécurité/sa bulle :

- Rendre service, mais aussi pouvoir être ferme pour éviter les débordements.
- C'est aussi ne pas prendre les remarques pour soi.

#### E. La collégialité = nécessité de communiquer encore plus entre collègues

Qui dit proximité et communication, dit aussi plus de problèmes à gérer, ce qui signifie que la communication entre shifts est encore plus importante.

---

*'Les équipes viennent systématiquement 10 min avant le shift pour échanger, en plus de communiquer par la plateforme informatique' (appart'hôtel, 3\*, reste Bruxelles)'*

---

#### **F. Image personnelle : grooming et attitude**

Certains hôteliers mentionnent que cette compétence tend à se perdre chez les jeunes et qu'il est d'autant plus important qu'ils y soient formés, c'est-à-dire travailler sur le paraître (se coiffer, se raser, s'habiller, ...), la manière de s'exprimer, l'éducation (merci, svp, bonjour, ...).

---

*'En entretien ou même pour un stage, on ne vient pas en baskets, en jogging, ... ou avec une casquette Adidas. On ne demande pas d'être en costard-cravate. C'est fini. On met un jean, une chemise, cela suffit, un petit polo propre' (hôtel 4\*, centre)*

---

#### **H. Importance des jeux de rôle pour les situations difficiles/stress**

Les hôteliers rencontrés apprécient et soulignent l'importance des jeux de rôle dans la formation pour pouvoir appréhender les situations difficiles/de stress (gestion de plaintes, clients sous l'emprise de la drogue/alcool, agressivité verbale, mendiants qu'il faut faire partir, mari jaloux, pendu dans la chambre, ...) car *'la réalité est toujours plus stressante qu'un jeu de rôle'*. Pour ne pas être déboussolé au moment venu, il importe d'être préparé : *Que faire? Comment? Pourquoi? Qui dois-je appeler?*

### **4.4. Les compétences digitales**

Avec l'automatisation qui se développe, la formation au logiciel de réservation est de plus en plus rapide. Selon les hôteliers, une formation de base sur Opéra permet de s'adapter à n'importe quel logiciel de réservation. La gestion des extranets ne pose pas non plus de problème : les jeunes habitués aux outils digitaux, ont développé un schéma de pensée qui leur permet de s'adapter facilement à tout nouvel outil.

---

*'Aujourd'hui, tout est automatisé, il n'y a plus rien à encoder (ce qui n'était pas le cas il y a 10 ans). Le métier s'est beaucoup plus simplifié ; c'est pour cela qu'il ne faut peut-être plus toutes ces compétences informatiques.'* (hôtel 4\*, centre)  
*'Une fois qu'on a cette façon de penser système hôtelier, toutes les plateformes se ressemblent. On va peut-être cliquer trois fois au lieu d'une.'* (hôtel 4\*, quartier européen)  
*'Les jeunes sont beaucoup sur internet ; ils ont acquis une façon d'assimiler la technologie/de réfléchir qui leur permet de s'adapter facilement'* (hôtel 4\*, quartier européen)

---

Par contre, certains mentionnent la moindre capacité de la jeune génération à rédiger un mail commercial.

---

*'Un mail avec une intro, un corps et une conclusion, des phrases complètes, pas de faute d'orthographe, pas de majuscules.'* (hôtel 3\*, reste Bruxelles)

---

## 4.5. Autres compétences

Quelques suggestions d'ajouts ont encore été mentionnées concernant la formation de réceptionniste. Mais elles restent marginales.

- **La sécurité en réception**
  - comprendre les arnaques non-violentes (par téléphone, email)
  - les règles RGPD
- **Les principes de base de la restauration** (comment servir une bière? Comment s'organiser dans un service au bar?)
- **Les principes de base de 'revenue management' et de comptabilité** (acomptes, notes de crédit, ...')

## 4.6. Un autre management ?

Il est intéressant de noter que certains hôtels qui prônent l'accueil du client et une grande polyvalence mettent en avant la nécessité de s'occuper de ses collaborateurs.

---

*'Il est important de prendre soin de ses collaborateurs car si le collaborateur se sent bien cela se sentira au niveau de la satisfaction client' (appart hôtel 3\*, reste de Bruxelles)*

---

L'accent y est mis sur :

- la polyvalence de tous, y compris du management
- la formation, la possibilité d'apprendre/d'évoluer
- la valorisation du personnel par une plus grande autonomie dans la prise de décision, la possibilité de développer des projets personnels ou la possibilité de donner son avis/participer à certaines prises de décision.
- le droit à l'erreur comme moyen d'apprendre
- la souplesse (ex. 'pour les changements d'horaire, ils s'arrangent entre eux et puis ils nous les communiquent')

---

*'La polyvalence est demandée à tout le monde, même au directeur qui va aider à la plonge, remplacer la gouvernante, ... On gère cet hôtel comme si c'était notre hôtel, on n'a plus cette attribution de jobs ... Quand on a ouvert, j'ai fait les process avec les managers et les équipes.' (appart hôtel 3\*, reste de Bruxelles)*

*'On met aussi l'accent sur le fait de trouver des solutions par eux-mêmes et entre eux.' (appart hôtel 3\*, reste de Bruxelles)*

*C'est le staff qui fait la différence. Si on le valorise et qu'on leur donne des possibilités d'évolution, ils voudront aussi aider les clients' (hôtel 3\*, reste de Bruxelles)*

*'Si les gens peuvent être eux-mêmes et s'exprimer, ils prendront aussi plus d'initiatives' (hôtel 3\*, reste de Bruxelles)*

---

## 5. Conclusions et plan d'action

### 5.1. Conclusions

Les évolutions constatées dans le métier de réceptionniste avant la crise tendent à se poursuivre. La crise sanitaire pourrait même accélérer le processus.

Ces évolutions sont la conséquence de l'interaction de 4 facteurs, dont certains sont renforcés ou provoqués par la crise sanitaire :

- l'automatisation et la digitalisation
- les attentes des clients pour plus d'expérience et de contacts sociaux
- la rationalisation des coûts et les difficultés de recrutement
- l'accroissement de l'insécurité dans certains quartiers/hôtels

Il semble que ce sont les hôtels 4\* qui seront, à court terme, le plus touchés par des évolutions du métier. Les hôtels 3\* ont déjà souvent atteint une grande polyvalence du métier et ne semblent pas vouloir l'accentuer. Les hôtels 5\* ayant une plus grande capacité financière et une volonté de maintenir une image de luxe, semblent vouloir conserver la répartition traditionnelle des tâches entre les divers métiers.

Lorsque l'on parle d'évolution de la fonction, les hôteliers mentionnent principalement **deux grands axes**, à savoir **le renforcement de la fonction d'accueil** et **la polyvalence**. Certains envisagent de développer l'un ou l'autre, d'autres les deux. La mise en place dépendra du concept et des valeurs de l'hôtel mais aussi de sa situation financière. A ces deux axes principaux, vient s'ajouter, pour un petit nombre d'entre eux, la possible augmentation de confrontations à des situations d'insécurité/d'agressivité.

**Le premier axe d'évolution** du métier de réceptionniste est **le renforcement de la fonction d'accueil**. Le temps économisé sur les tâches de check in/out serait alors consacré à d'autres tâches d'accueil, avec pour objectif de renforcer **le sens de l'hospitalité** de l'établissement et de ses collaborateurs, et d'élever le service.

Le renforcement de la fonction d'accueil peut alors suivre **deux mouvements** :

- D'une part, on désire passer d'un accueil réceptionniste plutôt 'administratif et poli' (check in/out, messenger/transporteur de messages/coordonateur) à **plus de convivialité et d'empathie/de personnalisation de l'accueil**. Cette volonté de renforcer l'accueil peut cependant recouvrir différentes réalités : renforcer chez le client le sentiment d'être attendu, lui simplifier la vie, le surprendre par des conseils, assurer le suivi après-vente, voire animer son séjour (dans certains hôtels dits 'lifestyle'). En pratique, chaque hôtel a sa propre vision et décide de mettre l'accent sur l'un ou l'autre point plutôt qu'un autre.
- D'autre part, on cherche aussi à augmenter les interventions du réceptionniste **tout au long du parcours client** plutôt que de les concentrer au moment de son entrée et de sa sortie. Ce deuxième mouvement participe au désir d'offrir un service plus 'client centricity' en se focalisant sur le parcours du client plutôt que sur les métiers et les tâches à effectuer. Ce qui implique que le réceptionniste sera amené à reprendre certaines tâches d'autres fonctions (agent de réservation/commercial, concierge/guest relations, marketing/service après-vente, comptabilité, ...).



**Le deuxième axe d'évolution** est une **polyvalence accrue**. Ce terme est très utilisé par les hôteliers. Il recouvre en fait de multiples réalités. Il peut s'agir de tâches qui relèvent d'une extension de l'accueil (réservations, conciergerie, reviews, ...) telle que nous venons de le décrire ou de tâches plus éloignées du métier de base. Nous avons décidé d'utiliser le terme 'polyvalence' pour désigner ces dernières.

La polyvalence demandée peut couvrir différentes tâches, et cette polyvalence peut s'exercer de manière différente d'un hôtel à l'autre, et ce, même au sein d'un même groupe. Les tâches choisies dépendront du concept de l'hôtel, de ses services, du nombre de chambres et de la disposition de l'espace.

La polyvalence peut s'exprimer de **deux manières** : effectuer des tâches d'un autre département à l'intérieur de l'hôtel, le plus souvent des tâches F&B, ou alors travailler dans un autre hôtel du groupe quand des marques différentes sont situées à proximité l'une de l'autre (en fonction des taux d'occupation, des absences du personnel, ...).

La crise sanitaire semble aussi avoir augmenté les situations d'insécurité et/ou d'agressivité auxquelles sont confrontés les réceptionnistes. La question est de savoir si ces situations perdureront, une fois le retour à la normale. Si c'est le cas, cela pourrait accroître le besoin en compétences de gestion de conflit et impacter le métier de réceptionniste de nuit.

Les évolutions dans le métier de réceptionniste ne demandent pas d'autres compétences mais modifient plutôt le poids que l'on accorde aux compétences traditionnellement demandées.

**L'importance du sens de l'accueil et de la connaissance des langues s'amplifie** alors que les compétences en gestion de logiciel de réservation perdent de leur importance.

Même dans les hôtels où l'on demande plus de polyvalence au réceptionniste, ceux-ci mentionnent que la formation de réceptionniste doit rester centrée sur l'accueil et la communication, le reste (techniques de salle, gestion du bar, ... ) peut s'apprendre dans l'entreprise.

Le sens de l'accueil est souvent vu comme une compétence intrinsèque, un 'soft skill', quelque chose qui ne s'apprend pas. Elle souligne l'importance de **l'empathie** mais aussi des **techniques de convivialité et d'écoute active**.

Concernant la connaissance des langues, le niveau B1 est un minimum. Pour l'anglais, il peut être B2, voire C. Idéalement, le collaborateur réceptionniste devrait connaître l'anglais, le français et le néerlandais. La connaissance d'une troisième langue est considérée comme un atout pour développer et renforcer l'accueil du client.

A côté de cela, d'autres compétences sont jugées comme importantes comme l'ouverture à la polyvalence, la culture et la curiosité touristique, l'autonomie et la débrouillardise, le sens commercial et la diplomatie, le grooming, l'esprit d'équipe et la capacité à s'assurer une zone de sécurité/à mettre des limites.

Les hôteliers rencontrés apprécient et soulignent également l'importance des jeux de rôle dans la formation HFBB pour pouvoir appréhender les situations difficiles/de stress sur le terrain car *'la réalité est toujours plus stressante qu'un jeu de rôle'*.

## 5.2. Plan d'action

Sur base des conclusions de cette étude, diverses actions ont été retenues :

- Maintien de la formation de réceptionniste d'hôtel. Car, pour le moment, tout continue à indiquer le caractère fondé de la tenue de cette formation.
- À partir de la prochaine formation en mars 2022 :
  - **Revoir les critères de sélection d'entrée en formation**, notamment en s'assurant d'une maîtrise suffisante du monde digital (savoir chercher de l'information sur le net et la transmettre de façon adéquate) et des langues.
  - **Dans le contenu de la formation, renforcer les aspects :**
    - Tourisme (et attractivité de Bruxelles) (Visit Brussels),
    - Orientation client,
    - Orientation solution,
    - Écoute active et empathie.
  - **Conduire la sélection plus tôt** pour détecter d'éventuels candidats potentiellement valables mais qui auraient besoin d'un renforcement préalable en langues ou 'literacy' digitale.
  - **Discuter avec les partenaires (Actiris, BF, etc) quelle offre ils peuvent avancer pour combler ces éventuelles lacunes.** Proposer ces solutions aux candidats qui en ont besoin.
  - Dans nos réflexions et communications **internes, aborder aussi les difficultés à trouver des candidats** (qui sont parallèles à celles rencontrées par les hôtels)
    - Défaut de compétences digitales et / ou linguistiques (voir propositions des partenaires),
    - Perception quant aux conditions salariales et de travail (horaires, salaires etc.),
    - Notoriété positive du secteur à renforcer, notamment par une campagne sur les aspects positifs :
      - Potentiel de formation donné par le secteur hôtelier,
      - Ouverture internationale,
      - Intérêt des échanges avec les clients et collègues,
      - Éventualité de voyages,
      - NB : cette campagne doit partir d'une initiative des employeurs qui sont les seuls à pouvoir en garantir la véracité.