



# Entre résilience et plus d'hospitality pour demain



**Après dix-huit mois de crise sanitaire ponctués de retours partiels au bureau et de reconfinement, les entreprises multiplient les pratiques positives émergées de ces temps troublés sans véritablement envisager un retour prochain à une situation totalement maîtrisée. Le marché de l'accueil a su néanmoins faire montre d'une surprenante résilience et profité de la situation pour développer davantage l'approche Hospitality.**

**P**eu de temps après le premier confinement de Mars 2020, plusieurs publications saluaient déjà le courage et la fiabilité des hôtes et hôtesses d'accueil qui continuaient d'assurer quotidiennement leur mission sur site, alors même que la dangerosité du virus était encore mal cernée, et qu'ils devaient eux aussi parfois composer avec des enfants à domicile.

## Du côté des clients

Ainsi que le souligne la vaste enquête du Groupe Penelope sur les effets du Covid 2020 : « les métiers de l'accueil ont été les premiers impactés par les nouvelles réalités imposées par le Coronavirus », et très rapidement les chargés d'accueil ont été formés aux gestes barrières et nouvelles normes sanitaires. Les équipes se sont donc organisées, au jour le jour, pour garantir la continuité de la prestation, en particulier sur les sites stratégiques pour la France tels que les centrales nucléaires

où l'accueil est le premier maillon de procédures de sécurité strictes et complexes. Si des prestataires ne pouvaient se rendre sur site, alors d'autres collègues plus disponibles prenaient le relais en effectuant plus d'heures afin de préserver le contrat.

Parallèlement, des agences ont pris le parti de profiter de la fermeture imposée de sites clients pour proposer des formations à leurs collaborateurs sans mission. Certains clients, témoins de tous ces efforts, ont souligné l'implication et la mobilisation des hôtesses, comme le relève Myriam Znaty-Cohen, Directrice du développement France d'Onet Accueil. D'autres clients en revanche n'ont pas eu conscience de l'investissement des prestataires œuvrant dans leurs locaux puisqu'ils étaient eux-mêmes absents de leur bureau. Ce contexte particulier a ainsi laissé progressivement émerger une distance entre ces deux parties.

## Des comportements citoyens et constructifs

Toutefois, l'entente et la coopération se sont globalement bien conservées entre entreprises prestataires et clientes. Si des « comportements extrêmement citoyens et constructifs » ont été observés dans les premiers mois du Covid-19 chez certains clients, précise Guillaume Amar, Directeur Général du Groupe Armonia, l'installation plus durable qu'attendue de la crise a ramené les relations clients-prestataires sur des bases commerciales plus classiques.

De manière générale néanmoins, nous observons un retour de l'activité quasi-normal pour l'accueil en entreprise depuis début 2021, comme le confirme Nicolas Lixi, Président France du Groupe City One et Président du Syndicat National des Prestataires de Service d'Accueil. Toutefois, il arrive que cette reprise se fasse avec un ajustement

de la prestation visant à plus d'économie de la part du client : « Il y a eu une réduction des amplitudes horaires après le confinement et une réduction de facto des personnes à l'accueil, mais depuis septembre 2020 l'activité a repris et ne s'est plus jamais arrêtée, y compris pendant le deuxième confinement ». Il est toutefois à noter que les structures les plus durement éprouvées par la crise ont dû cesser la prestation faute de moyens, un phénomène assez limité mais aussi bien observé en Ile de France qu'en Régions.

### Un nouveau rôle pour l'accueil plus centré sur les occupants

Il paraît bien hasardeux de se prononcer sur la façon dont l'organisation du travail et les espaces associés vont évoluer au terme de ces mois d'adaptation à marche forcée provoquée par la pandémie. Nous constatons néanmoins que la plupart des entreprises ont su maintenir leurs activités avec des équipes essentiellement en distanciel, et que malgré tout, le travail en lui-même s'accomplit. Pour autant, il faut reconnaître que le sens du collectif organisationnel s'est étiolé, les collègues ne se fréquentant plus aussi régulièrement. Par ailleurs, plusieurs publications (notamment de Liaisons Sociales) ont dévoilé l'anxiété d'une large part des salariés à l'idée de revenir à la formule du présentiel en temps complet du « bureau comme avant ».

Or, sur ces points, l'évolution du rôle de l'accueil vers plus d'Hospitality peut apporter des solutions concrètes en participant à un ré-enchantement des espaces organisationnels où une palette étoffée de services tournés vers les employés des entreprises-clientes serait mise en place. Pour Myriam Znaty-Cohen, l'évolution potentielle des espaces de travail va de pair avec celle de l'accueil : « l'accueil de demain est en train de se façonner. Si les futurs besoins [des collaborateurs des entreprises-clientes] ne sont pas encore tous nécessairement identifiés, la place de l'hôtesse ou de l'hôte d'accueil restera pour autant centrale. Au même titre qu'un concierge au sein d'un hôtel, les agents d'accueil sont des facilitateurs du quotidien et jouent ainsi un rôle stratégique dans la vie quotidienne de l'entreprise. De manière encore plus marquée qu'aujourd'hui, leur présence physique restera donc indispensable. »

Cette idée se retrouve également dans les projections de Guillaume Amar : « l'hôtesse sera dans une dynamique où l'occupant la verra comme son point de contact en interne, son facilitateur. » Y compris dans une entreprise où le télétravail serait fortement déployé, son rôle sera tout aussi important, Guillaume Amar de rajouter : « on ne viendra pas au bureau pour traiter des mails mais plutôt pour animer une réunion de brainstorming, de coworking, pour le lien social, donc nous, notre mission va être d'animer cette communauté qui ne vient que deux ou trois jours par semaine. »

Dès lors, avec ce déploiement de nouveaux services adaptés et bien pensés pour les collaborateurs du client, les prestataires à l'accueil ne seront plus uniquement là pour distribuer des badges ou accueillir des visiteurs extérieurs, mais deviendront de véritables partenaires du développement de la marque-employeur des entreprises-clientes. A l'heure où attirer et retenir les meilleurs profils s'avèrent stratégique pour toute entreprise, on comprend aisément l'attractivité de la proposition de l'hospitality.

### L'hospitality comme avenir de l'accueil

Concrètement, l'Hospitality appliqué à l'accueil en entreprise se comprend ainsi : « C'est offrir un service hôtelier dans un building : globalement, vous pilotez l'ensemble des prestations d'un immeuble tertiaire par l'intermédiaire de la réception avec tous les métiers de l'Hospitality. On crée une notion de 'one team' et l'ensemble des intervenants connaît bien les missions des autres : tous les matins, il y a un briefing, comme dans le secteur hôtelier où tous les matins la gouvernante briefe ses équipes. ». Nicolas Lixi va dans ce sens aussi tout en soulignant l'importance de ce que le développement de l'Hospitality peut permettre en termes de bien-être, tant pour les employés de l'entreprise-cliente que pour ses visiteurs.

Cette évolution vers davantage d'Hospitality va nécessairement faire évoluer le rôle en interne des hôtesse et par là-même la perception que l'on peut avoir d'elles, vers plus de reconnaissance et de valorisation. Cette mutation de l'accueil - qui était déjà à l'œuvre avant le Covid mais dont la

transformation s'est accélérée du fait de la crise - peut ainsi faire émerger un cercle vertueux, précise Myriam Znaty-Cohen : « parce qu'ils imposent des compétences spécifiques et plus poussées, ces nouveaux besoins nécessitent de retravailler en profondeur l'offre de formation. La prestation d'accueil ne sera plus un job d'appoint mais bien un véritable métier. »

### Vers plus de valorisation et de reconnaissance

On peut alors imaginer qu'avec des compétences plus nombreuses et moins communes, des tâches largement enrichies et en étant porteurs de solutions, les hôtesse et hôtes seront davantage rémunérés. Dans cette logique, la guerre des prix que nous connaissons toujours à l'heure actuelle dans le marché de l'accueil en entreprise n'aura plus de raison d'être car chaque agence présentera ses solutions différenciantes avec son personnel plus finement recruté et formé. Enfin, au-delà de la question de la rémunération qui demeure naturellement essentielle, le sens de la mission, la variété des interactions, et le sentiment de véritablement rendre service contribueront à motiver les équipes sur site, l'ennui et la routine poussant souvent les agents à chercher davantage d'activités sur des sites plus animés.

Ainsi, contre les prédictions les plus pessimistes des premiers moments de la crise sanitaire, ces dix-huit mois auront mis à jour la grande résistance des entreprises du marché de l'accueil : « Dans notre entreprise, on voit que les fondamentaux sont là car l'entreprise a été secouée, malmenée, mais elle n'a pas coulé et a continué à être rentable. La capacité de résilience du groupe est phénoménale » explique Guillaume Amar. De même, Myriam Znaty-Cohen constate la belle ténacité de son groupe « grâce à la diversité de son offre de services d'une part mais aussi aux collaborateurs unis d'Onet Accueil qui ont fait corps avec leur organisation. » La crise du Covid agira sans doute ainsi comme un accélérateur de la transformation de l'accueil en entreprise vers un métier plus riche et - c'est à espérer - davantage reconnu à sa juste valeur.

**DELPHINE MINCHELLA**

Enseignant-chercheur en Sciences de Gestion,  
Ecole de Management de Normandie