

L'Hôtellerie Restauration

30 SEPTEMBRE 2010

N° 3205

RESTAURATION

PAGE 6

ANNONCES
CLASSÉES
À PARTIR DE
LA PAGE 12

3€

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

5 RUE ANTOINE BOURDELLE · 75737 PARIS CEDEX 15 · TÉLÉPHONE : 01 45 48 64 64 · FAX : 01 45 48 04 23 · E-MAIL : journal@lhotellerie-restauration.fr · ISSN 1151-2601



LE 39 V
SOUS
LES TOITS
DE PARIS

Le chef
Frédéric
Vardon.

M 01692 - 3205 - F: 3,00 €



À LA VEILLE DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DE L'UMIH

PAGES 2-3

ROLAND HÉGUY ET HERVÉ BÉCAM PLAIDENT POUR UN "SYNDICALISME DE COMPÉTENCES"



Lundi 4 octobre, l'Umih va élire ses nouveaux chefs de file. **Roland Héguy** et **Hervé Bécam** sont les seuls candidats à se présenter, respectivement à la présidence et à la vice-présidence. Avec ce duo à sa tête, le syndicat de la rue d'Anjou entre dans une nouvelle ère et affiche clairement ses ambitions : instaurer des 'ministères' chargés d'étudier des sujets transversaux, promouvoir toujours davantage les entreprises du secteur et les appuyer sur des dossiers sensibles tels que les normes d'accessibilité et les frais de santé, ou encore œuvrer à pérenniser la TVA à 5,5 % auprès de la classe politique. De grands chantiers à engager dans un esprit de rassemblement et d'unité enfin restaurée.

Roland Héguy (à gauche) et Hervé Bécam, uniques candidats à la présidence et à la vice-présidence de l'Umih.

BILAN CARBONE D'UN RESTAURANT

PAGE 29

La méthode de Léon de Bruxelles



Sous l'impulsion notamment du président de son directoire **Michel Morin**, l'enseigne spécialisée dans les moules frites calcule au plus près l'impact environnemental de ses différentes activités et s'engage à l'améliorer. Une politique exemplaire.

JURIDIQUE

PAGE 27

En quels cas la responsabilité de l'hôtelier est-elle engagée ?

EN CÉDANT LA CHAÎNE HÔTELIÈRE AU FONDS CARLYLE PAGES 2-3

Eurazeo concrétise le développement de B&B Hotels



Patrick Sayer, président du directoire d'Eurazeo.

Le fonds d'investissement Eurazeo vient d'achever la dernière étape d'une politique menée depuis cinq ans en cédant la chaîne d'hôtels B&B à son homologue Carlyle. **Patrick Sayer**, président du directoire d'Eurazeo, a ainsi déclaré : "Nous sommes fiers du beau parcours réalisé par B&B qui est une vraie réussite en matière de développement de l'entreprise et qui s'inscrit dans notre logique d'accompagnement."

Le Rendez-vous International des Professionnels de l'Hôtellerie et de la Restauration

EQUIP'HOTEL
PARIS

PORTE DE VERSAILLES, FRANCE
14-18 NOV. 2010

VOTRE BADGE D'ACCÈS
GRATUIT SUR :
www.equiphotel.com

code AL92

Partenaires officiels :



LesEchos



Nettoyer & Entretien

Réveillez
vos idées !



Accueillir & Relaxer



Concevoir & Décorer



Cuisiner & Servir



Gérer & Connecter

Combat d'arrière-garde

À la veille de l'élection présidentielle à l'Umih qui devrait enfin ramener la sérénité rue d'Anjou et stabiliser le paysage syndical de la profession, il ne faudrait pas que les relents d'un poujadisme dépassé n'entachent à nouveau l'image d'un métier qui n'a que trop souffert des divisions, mesquineries et autres pitoyables querelles de chapelles.

Alors que le secrétaire d'État au Tourisme Hervé Novelli a publiquement félicité la profession pour avoir respecté ses engagements en matière d'emploi dans le contrat d'avenir, la sempiternelle, et aujourd'hui complètement obsolète, opposition entre les établissements individuels et les chaînes semble refaire surface de manière plus ou moins affirmée. **Certes, les intérêts des uns et des autres peuvent parfois ne pas converger**, notamment quand la concurrence s'exacerbe sur le marché de l'hôtellerie économique ou le développement de formules de restauration susceptibles de s'imposer auprès d'une clientèle en quête de prix davantage que de qualité.

Mais à l'heure où la profession doit présenter un front unitaire afin d'envisager l'avenir avec une cohérence renforcée dans des domaines aussi stratégiques que le développement touristique du pays, son attractivité auprès des jeunes, l'investissement dans la modernisation et la création d'entreprises, sans oublier l'indispensable cohésion face à des pouvoirs publics parfois indifférents aux réalités quotidiennes de l'hôtellerie et de la restauration, il serait suicidaire de raviver des arguments d'un autre siècle.

Ce fut encore le cas, hélas, lors de la mise en œuvre de la réforme des normes hôtelières ou de l'adoption des clauses sociales du contrat d'avenir : l'obscurantisme rampant refit une inquiétante apparition fort heureusement vite maîtrisée. Car le réalisme impose aujourd'hui de considérer que les convergences d'intérêts entre les uns et les autres dépassent largement les points d'opposition.

Du positionnement médiatique de la profession à son implication dans la formation et le développement de l'emploi, lancinante préoccupation des pouvoirs publics en cette période de chômage structurellement élevé, de la mise en place des contraintes réglementaires de plus en plus lourdes mais indispensables à la qualité de l'accueil, de la maîtrise des nouveaux canaux de communication et de commercialisation, il appartient aux dirigeants des organisations professionnelles de parler d'une seule voix le plus souvent possible et d'éviter les tentations d'artificielles divisions qui relèvent d'un passéisme stérilisant. **L. H.**

EN BREF

Jacques Thorel passe la main

Jacques Thorel a annoncé qu'il avait vendu son Auberge bretonne à La Roche-Bernard (56). Le Relais & Châteaux, acquis en 1980, est doté d'une table étoilée. Le dernier repas concocté par Jacques Thorel est programmé pour le mercredi 10 novembre. L'identité de son successeur, un jeune cuisinier, n'a pas encore été dévoilée.

Les Bars à huîtres se repositionnent



En juillet dernier, Gary Dorr, fils de Willy Dorr, propriétaire de sept bistrots parisiens et inventeur de la formule 'tout compris', a repris l'enseigne mythique des Bars à huîtres et ses quatre restaurants parisiens. Ce jeune entrepreneur, ancien élève de l'École hôtelière de Lausanne, diplômé d'HEC et de Sciences Po, formé chez Alain Ducasse (Plaza Athénée), Joël Robuchon (Hôtel Métropole Monte-Carlo) et Louis Grondard (Drouant) a confié à l'agence Avis de Tempête le travail de repositionnement et le lancement de son nouveau concept. S'appuyant sur la signature 'Restaurant de haute mer', l'agence a créé un territoire de marque illustrant la montée en gamme des Bars à huîtres et l'extension de sa carte sur tous les produits de la mer à travers une sélection de visuels sublimant poissons et crustacés. Une campagne d'affichage débutera le 14 octobre, visible dans la capitale pendant trois semaines en dos de kiosques, parkings et stations de métro. www.lebarahuitres.com

Quick lance le 1^{er} cheeseburger bio certifié agriculture bio



Quick enrichit son offre bio permanente avec un produit chaud. Du 21 septembre au 29 novembre, l'enseigne proposera aussi une version bio de son Cheeseburger auquel se substituera un Club sandwich bio. Tous les ingrédients utilisés pour le Cheeseburger bio sont certifiés et proviennent de fournisseurs de l'Union européenne ; la plupart disposent du label AB. Quick a fait auditer et certifier AB l'ensemble de sa chaîne logistique (achats, stockage, livraison) pour garantir aux clients une parfaite traçabilité des ingrédients et de l'appellation bio du produit fini. Pour marquer sa différence avec la recette classique, le steak haché bio a la particularité d'être carré et les oignons sont en forme de cubes. Prix : 2,50 €. Le Cheeseburger bio est également disponible dans les menus enfants avec un surcoût de 0,40 €, soit 4,80 € pour la Magic Box (3-8 ans) et 5,90 € pour le Menu Top (9-12 ans).

"NOUS SOMMES UNE INDUSTRIE QUI VIENT DE

ÉLECTIONS À L'UM ET HERVÉ BÉCAM

Lundi 4 octobre, l'Umih va élire ses chefs de file. Roland Héguy et Hervé Bécam sont les seuls candidats à se présenter, respectivement à la présidence et à la vice-présidence. Une page se tourne. **Propos recueillis par Sylvie Soubes**

L'Hôtellerie Restauration : Le 4 octobre, vous allez prendre les rênes de l'Umih de manière cette fois incontestable et incontestée. Quel regard portez-vous sur ce qui s'est passé depuis le 15 mars ?

Roland Héguy : Nous avons beaucoup appris et nous avons pu prendre réellement conscience de l'attachement des départements à cette grande maison qu'est l'Umih. Lundi, les présidents qui se sont inscrits et vont voter représentent 95 % du volume total des votes. Cette volonté d'entériner ces élections nous motive encore plus.

Où en êtes-vous des dossiers clés ?

Nous avons continué le travail avec les directeurs de service et leurs équipes, que ce soit dans les négociations sociales, sur les frais de santé, l'accessibilité... Nous avons déjà pu faire un lobbying important auprès des députés et des sénateurs. Nous voulons, comme vous le savez, obtenir la pérennisation du contrat d'avenir. Vous voyez la profession retirer, le 1^{er} juillet 2012, 500 E de la fiche de paie de ses salariés ? Ce serait absurde. Nous sommes une industrie qui vient de prouver qu'elle créait de l'emploi,

EN CINQ ANS, LE CHIFFRE D'AFFAIRES DU RÉSE

B&B Hotels : passage de

Après plusieurs mois de négociations, Eurazeo vient de revendre à Carlyle le groupe d'hôtellerie économique B&B pour 480 millions d'euros. Une opération qui satisfait pleinement Eurazeo, mais n'empêche pas les dirigeants du groupe d'avouer une certaine nostalgie.

En 2005, quand Eurazeo a repris B&B Hotels au fonds Duke Street le métier d'hôtelier était loin d'être une activité familière pour la société d'investissement. Pourtant, en cinq ans, dans un contexte difficile, Eurazeo a réussi la prouesse de doubler sa mise et la valeur du produit, en positionnant B&B Hotels sur le créneau de l'hôtellerie économique avec une marque et un nouveau concept. Tout ou presque a été multiplié par deux : "le nombre d'hôtels est passé de 117 en juin 2005 à 221 en juin 2010, le chiffre d'affaires de 82,4 M€ à 177,5 M€ en 2009 - il est en progression de 18,5 % sur le 1^{er} trimestre 2010 -, et enfin l'excédent brut d'exploitation a grimpé de 31,6 M€ en 2005 à 71,2 M€ en 2009", précise Eurazeo. Le nombre de collaborateurs est quant à lui passé de 415 en 2005 à 505 en juin 2010.

"Nous sommes fiers du beau parcours réalisé par B&B qui est une vraie réussite en matière de développement et qui s'inscrit dans notre logique d'accompagnement des entreprises", résume Patrick Sayer, président du directoire du groupe. Pour réaliser ce modèle économique qui a obtenu ce si beau succès, Patrick Sayer et son équipe n'hésitent pas à parler d'un cercle vertueux qui s'est structuré au fil des années. "Quand nous avons racheté le concept en 2005, les hôtels développés par la famille Branellec se situaient surtout dans le grand Ouest. Puis avec le rachat de Villages Hô-



L'Hôtellerie Restauration

L'hebdo des C.H.R.

Édité par la
**SOCIÉTÉ D'ÉDITIONS
ET DE PÉRIODIQUES TECHNIQUES S.A.**
Siège : 5 rue Antoine Bourdelle
75737 PARIS CEDEX 15
Tél. : 01 45 48 64 64
Fax : 01 45 48 04 23
E-mail : journal@lhotellerie-restauration.fr

RESPONSABLES DE RUBRIQUE

WEBNEWS/RESTAURATION/FORMATION

Nadine Lemoine
E-mail : nlemoine@lhotellerie-restauration.fr
**ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES/
VINS/ LICENCE IV/CAFÉS**
Sylvie Soubes
E-mail : ssoubes@lhotellerie-restauration.fr

SERVICE JURIDIQUE

Pascale Carbillat
E-mail : pcarbillat@lhotellerie-restauration.fr

VIDÉO

Cécile Charpentier
E-mail : ccharpentier@lhotellerie-restauration.fr

SECRETARIAT DE RÉDACTION

Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

MAQUETTE

Patricia Delville et Nathalie Hamon

DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ

JEAN-PIERRE LESAGE

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

CHRISTIAN BRUNEAU

CONCEPTION GRAPHIQUE

Atelier Manifesto

COMMISSION PARITAIRE

n° 0910 T 79916

Dépôt légal à parution

Diffusion : 56 112 - ISSN 1151 - 2601

IMPRESSION

Roto Centre - 45 770 Saran

Capital : 1 418 141,74 €

Principal actionnaire : Bureau de Presse



PROUVER QU'ELLE CRÉAIT DE L'EMPLOI"

IH : DERNIÈRE LIGNE DROITE POUR ROLAND HÉGUY



Roland Héguay et Hervé Bécam font le point avant les élections du 4 octobre.

qu'elle générerait de l'activité et du pouvoir d'achat. Nous tenons les engagements du contrat d'avenir.

Mardi 21 septembre, des restaurateurs de l'Umih étaient présents aux journées parlementaires du PS et le 23 à celles de l'UMP. Ces professionnels ont distribué des serviettes en tissu sur lesquelles nous avons synthétisé le mécanisme de la baisse de la TVA. Nous avons expliqué de nouveau que la baisse de la TVA n'est pas une niche fiscale mais bien une justice fiscale. Avant, nous achetions un produit à 5,5 % et nous reversions 19,6 % de TVA. Aujourd'hui, nous achetons à 5,5 et nous reversons 5,5 % de TVA. Nous ne sommes pas dans une niche mais dans une 'contre-niche' fiscale. On reversait trop à l'État. Quelque 800 serviettes ont été distribuées.

Pensez-vous convaincre les parlementaires de ne pas revenir sur la baisse de la TVA ?

Une remise en question tous les ans de la baisse de la TVA est très mauvaise pour l'économie car c'est un frein à l'in-

vestissement, qui est aussi l'un des volets du contrat d'avenir. Un entrepreneur a besoin d'avoir confiance dans l'avenir pour avancer. Nous en sommes à 30 000 créations d'emploi. C'est d'autant plus important qu'on oublie de parler de tous les emplois et de toutes les entreprises qui ont été préservés. Je vous rappelle que ce sont des emplois créés sur notre territoire. Nous avons pris l'engagement auprès du sénateur Michel Houel, chargé d'un rapport dans ce domaine, de lui fournir les statistiques des greffes des tribunaux de commerce sur la réduction très significative des défaillances depuis juillet 2009.

Comment voyez-vous le syndicalisme patronal aujourd'hui ?

En tant que responsable syndical, nous devons non seulement défendre mais également promouvoir les entreprises, les accompagner dans leur succès. C'est un nouveau langage. Et puis cessons d'opposer les différentes composantes de notre secteur. Il n'y a pas de combat chaînes, cafés, hôtellerie, métiers. Nous sommes là pour défendre tous les acteurs et rassembler. Nous devons être unis sur les sujets prioritaires. L'Umih est pour cela une organisation extraordinaire, qui n'appartient pas un homme ou à une femme, mais à ses adhérents. On est dans une famille et dans la démocratie tout à la fois. C'est notre force. Hervé Bécam et moi-même revendiquons l'esprit d'équipe et nous allons d'ailleurs mettre en place des 'ministères', c'est-à-dire que nous allons confier à des membres du directoire des sujets transversaux. Ce sont

eux qui seront les référents sur ces sujets et ils iront dans les départements pour échanger et renforcer les liens. Nous sommes convaincus que lorsqu'il y a des projets bien vivants, bien dans l'époque, les gens acceptent de s'investir dans la cause. Le syndicalisme se nourrit de compétences. Dans un projet, il doit y avoir une vision.

Deux grands rendez-vous se précisent : Equip'Hôtel et le congrès national de l'Umih à Biarritz. Un mot sur ces deux événements ?

C'est avec grand bonheur que je vais prendre la présidence d'Equip'Hôtel. C'est l'Umih, anciennement FNIH, qui a fondé ce salon. Nous revendiquons un lien historique profond et nous serons d'ailleurs présents en force avec des thèmes ciblés, une implication quotidienne des présidents de branche et d'experts. Ce salon accompagne la modernité de la profession et nous y serons très actifs. Ensuite, il y a le congrès de Biarritz, qui aura pour fil conducteur : le consommateur et comment le séduire. Ce sera un gros congrès. Nous avons déjà 600 inscrits.

Que pensez-vous du label palace ?

Nous y sommes tout à fait favorables dès lors qu'il représente le patrimoine et l'excellence française. Ces lieux doivent être exceptionnels et représentatifs de notre savoir-faire. Ils doivent être le rayonnement et l'exigence française. Il n'y a pas que le luxe de la décoration qui doit jouer. Nous devons, dans ces établissements, respirer et nous plonger dans la perfection française.

AU A DOUBLÉ

témoins entre Eurazeo et Carlyle



"Nous sommes fiers du beau parcours réalisé par B&B", estime Patrick Sayer, président du directoire d'Eurazeo.

Pologne et Portugal.

Une communication repensée et ciblée

Toujours très proche du management, Eurazeo a en parallèle accompagné Georges Sampeur dans la mise en place de son équipe, qui comprend notamment une nouvelle équipe marketing dirigée par Marco Pimentel. Celle-ci peaufine son produit qui devient le nouveau concept de la chambre économique haut de gamme. Plus de confort avec une vraie salle de bains dans la chambre, l'accès au wifi gratuit et un excellent petit-déjeuner. Et dans ses campagnes publicitaires, B&B Hotels parle produit et non plus prix. "B&B a très vite communiqué sur ses chambres et sa marque, avec des opérations ciblées qui ont eu un réel impact", précise Eurazeo. Enfin, pour donner une unité aux hôtels, notamment après le rachat de Villages Hôtels, qui avait tout de même apporté 57 établissements en 2007, Eurazeo pratique une politique de ré-

tels en 2007 à la famille Jacquier - dont le siège était à Dijon, et les implantations majoritairement dans l'Est de la France -, le réseau s'est solidifié et unifié." Outre le renforcement de son maillage de l'Hexagone, B&B Hotels a réussi en peu de temps son internationalisation avec un développement rapide en Allemagne - où il est le 2^e réseau d'hôtels économiques avec 31 hôtels -, et des perspectives en Italie,

novation indispensable. "Nous avons réalisé deux types d'investissements, allant d'une rénovation totale pour des hôtels très anciens à une rénovation partielle mais suffisante. B&B a investi 175 millions d'euros pour les rénovations et les ouvertures de nouveaux hôtels, depuis août 2005", ajoute Luis Marini-Portugal, membre du directoire d'Eurazeo en charge du dossier. Pour alléger ses financements, Eurazeo dissocie les murs du fonds en les proposant au rachat par sa filiale ANF. Cette dernière peut alors faire les investissements nécessaires. Après avoir racheté les murs de 159 hôtels en France, ANF a ainsi réalisé 66 ME d'investissements.

Une revente logique

Aujourd'hui, le groupe Eurazeo n'hésite pas à dire qu'il éprouve une certaine nostalgie à se séparer de B&B Hotels "mais en tant qu'actionnaire d'Accor, puisque nous sommes montés dans le capital à hauteur de 10 % (17 % des droits de vote), nous ne pouvions pas suivre le développement des deux sociétés concurrentes en même temps. La revente, qui intervient plus rapidement qu'on aurait pu l'envisager, est donc logique".

Quant à la reprise par Carlyle, Eurazeo se déclare très satisfait du choix qui était également celui de Georges Sampeur : "Nous les connaissons bien et nous semblons partager les mêmes valeurs. Ce fonds va également suivre et accompagner l'entreprise comme nous aurions pu le faire." Par ailleurs, Carlyle dispose d'une solide assise dans l'immobilier : de quoi lui permettre d'assurer le développement de B&B Hotels, notamment à l'étranger. Enfin, avec une offre à 480 ME, le passif en cours sera repris. C'est une page qui se tourne mais une histoire qui se poursuit.

Évelyne de Bast

FINALE ET DEMI-FINALE EN JANVIER 2011

8 candidats sélectionnés pour le concours du Meilleur sommelier de France

Paris (XVI^e) Ils étaient 39 à relever le défi des épreuves qualificatives pour espérer la succession de Manuel Peyrondet, en janvier prochain.

rente-neuf sommeliers professionnels ont participé, le 20 septembre à l'hôtel Baltimore à Paris, aux épreuves de sélection du concours du Meilleur sommelier de France. Si certains étaient venus en voisins, d'autres avaient accepté de venir de très loin, à l'image de Pascaline Lepeltier, qui travaille à New York, ou Maité Hugel, qui exerce son métier au Méridien de Dubaï. En effet, l'Union de la sommellerie française avait pour la première fois choisi un lieu unique pour les épreuves. Une façon d'inviter les professionnels à se rencontrer.

Se préparer dans les meilleures conditions

En moins de deux heures, ils devaient déguster et commenter par écrit deux vins rouges, puis identifier trois eaux de vie et spiritueux. Suivait une épreuve en anglais, puis cinquante questions portant sur tous les domaines qui font la réalité du métier de sommelier. Les membres du comité technique réuni autour de Serge Dubs, le président de l'Union de la sommellerie française, ont pris le relais pour corriger et rendre leur verdict. Le but est de permettre aux candidats retenus de préparer ensuite dans les meilleures conditions demi-finale et finale qui se dérouleront les 16 et 17 janvier prochains à l'Abbaye de Fontevraud en val de Loire.

Jean Bernard



Les qualifiés : Jonathan Bauer-Monneret (Constance Belle Mare Plage, Île Maurice), Guillaume Favreau (La Côte Saint-Jacques à Joigny, 89), Romain Ilitis (La Verte vallée, à Munster, 68), Pascaline Lepeltier (Rouge Tomate, New York), Florent Martin (Four Seasons Hotel George V à Paris, VIII^e), Antoine Petrus (Le Crillon, à Paris VIII^e), Benjamin Roffet (Trianon Palace, à Versailles, 78), Pierre Vila Palleja (Le Crillon).

À L'INITIATIVE DE L'ACADÉMIE NATIONALE DE CUISINE

Bruno Van Der Weijdew remporte le trophée Toque d'or 2010

Chamalières (63) Après cinq heures de tension dans la cuisine n° 5 du lycée hôtelier, les huit candidats ont présenté de véritables chefs-d'œuvre lors de la compétition organisée par l'Académie nationale de cuisine.

Enseignant au lycée Charles de Gaulle de Compiègne (60), **Bruno Van Der Weijdew** a remporté le trophée Toque d'or 2010 devant **Emmanuel Hébrard**, chef étoilé à l'Abbaye de la Bussière à Chandernay-le-Château (21). À la 3^e place, **Laurent Lemaire**, restaurant du Casino à Aix-en-Provence (13), suivi de **Julien Diffe**, demi-chef de partie au palais de l'Élysée à Paris (VIII^e), **Grégory Halgand**, le Dolce à Chantilly (60), **Olivier Pereira**, préfecture de l'Yonne à Auxerre (89), **Jean-Yves Dufraine**, professeur au lycée hôtelier Alexandre Dumas à Cavaillon (84) et **Patrick Subreville**, chef à la maison à Ferrières-Haut-Clocher (27), 4^e ex-æquo. Ce dernier est titulaire d'un titre de Meilleur ouvrier de France, mais en métallerie... Sa passion de la cuisine l'a poussé à devenir auto-entrepreneur et à tenter sa chance pour les Toques d'or.

Si le plat principal, autour de la pintade label Rouge d'Auvergne, a été longuement préparé et expérimenté de nombreuses fois, tout comme le dessert, le concours comportait la surprise du jour. Une recette tirée au sort dans le *Guide culinaire* Escoffier. Les candidats ont découvert une omelette chasseur, avec sa liste d'ingrédients fournis. La difficulté, comme l'a rappelé le jury, était d'obtenir une omelette roulée, sans coloration, farcie aux foies de volaille, avec une sauce chasseur passée au tamis. Bien sûr, la réalisation se fait juste avant l'envoi.

"Si nous faisons des concours, c'est d'abord pour nous, pour se donner à fond, pour se dépasser, pour se situer par rapport aux autres", souligne Emmanuel Hébrard. "Et c'est une



De gauche à droite : **François Adamski**, **Christine Pélissier**, proviseur, **Romain Boudignon** et **Alex Crosnier** vainqueurs du trophée Avenir Raymond Vaudard et **Lucien Veillet**, président de l'Académie nationale de cuisine.

bonne préparation pour les MOF" précise Bruno Van Der Weijdew. Ils sont quatre parmi les huit candidats à s'être inscrits pour ce concours.

Des jurés de renom

Dans une autre cuisine, neuf binômes de jeunes se sont affrontés pour le trophée Avenir Raymond Vaudard. Un cuisinier était épaulé par un serveur qui a fait office de commis pendant deux heures avant d'aller dresser une table pour mettre en avant les atouts de sa région. Le duo du lycée de Chamalières, composé de **Romain Boudi-**

gnon et **Alex Crosnier**, devance celui du lycée du Touquet (62) et du lycée Guillaume Tirel de Paris (XIV^e). Le titre Toque d'or pâtisserie est revenu à **Ludovic Carrel** du Puy-en-Velay (63).

Dans les jurys, beaucoup de grands chefs : **François Adamski**, Boccuse d'or, MOF et étoilé *Michelin* ; **Christophe Roure**, 2 étoiles, ainsi que des MOF tant en cuisine qu'en pâtisserie et des membres de l'Académie nationale de cuisine emmenée par son président **Lucien Veillet**.

Pierre Boyer



De gauche à droite : **Emmanuel Hébrard** (2^e), **Bruno Van Der Weijdew**, Toque d'or 2010, **Romain Boudignon** et **Alex Crosnier**, vainqueurs du trophée Avenir Raymond Vaudard, et **Laurent Lemaire** (3^e).

LE GROUPE SOUHAITE ÊTRE RECONNU DANS LE PANORAMA HÔTELIER

Starhotels, le savoir-faire 'made in Italy'

Le groupe hôtelier italien, qui compte 22 hôtels, souhaite se développer en France. Sous la direction d'Elisabetta Fabbri, administratrice déléguée de Starhotels et présidente de Starhotels International, le groupe propose une collection d'hôtels urbains de charme, dont l'hôtel de Castille, son premier établissement rénové sur Paris.

Créé en 1980 par **Feruccio Fabri**, entrepreneur dans le BTP, le groupe Starhotels se développe d'abord en Italie, pour compter une vingtaine d'hôtels. L'arrivée aux commandes de sa fille **Elisabetta Fabri**, hôtelière de formation ayant fait ses classes à l'École hôtelière de Lausanne, intensifie son développement à l'international avec un hôtel à Paris et un autre à New York.

Au total, Starhotels, groupe patrimonial et familial reconnu, possède et gère 22 hôtels, avec un effectif de 900 personnes dont 120 travaillent au siège de la société. L'ensemble des établissements génère un chiffre d'affaires de 134,1 ME. "Tous les hôtels ont été acquis en pleine propriété murs et fonds, à l'exception d'un hôtel à Milan", souligne la jeune présidente.

Une position clé à Paris

Les décisions d'investissement pour les rénovations passent toujours par cette dernière. "Tous les ans, le groupe injecte environ 30 ME dans la rénovation, souligne-t-elle. Nous cherchons à créer une atmosphère dans nos hôtels, tous positionnés 4 étoiles. Toutes les rénovations sont faites par notre équipe de décorateurs basée à Florence."

Dans sa politique de développement, Elisabetta Fabri a d'abord choisi Paris. "Nous avons repris en 2005 l'hôtel Castille au trio Accor - Blackstone -



"Nous souhaitons développer notre réseau dans des grandes métropoles comme Londres, ou Shanghai", explique **Elisabetta Fabri**, présidente de Starhotels International.

Colony pour 31 ME. Très vite, nous avons racheté à Axa l'immeuble adjacent pour 12,5 ME supplémentaires. L'objectif était d'avoir 108 chambres dans l'établissement. Nous ne pouvons pas tenir à moins de 100 chambres face à de tels investissements", précise-t-elle.

Des hôtels personnalisés

À Paris, depuis les travaux, l'hôtel de Castille, qui perdait de l'argent en 2008, a atteint l'équilibre en 2009 et présentera un chiffre d'affaires en hausse de 10 % en 2010. "Le taux d'occupation est passé à 70 % en 2010 avec comme objectif d'atteindre les 85 % en 2011. Grâce à la rénovation, nous avons multiplié par deux le prix moyen qui est passé de 180 E en 2008 à 247 E en 2010", déclare la présidente.

Starhotels a ouvert un bureau à New York. Bientôt, son site web permettra d'améliorer les réservations en ligne. Starhotels est également membre de la chaîne volontaire Preferred Hotels. "Nous souhaitons développer notre réseau dans des grandes métropoles comme Londres, ou Shanghai, lance-t-elle, et pourquoi pas ouvrir un deuxième hôtel à Paris et à New York."

Évelyne de Bast

UNE NOUVELLE DIMENSION ENVIRONNEMENTALE

Redevenu une île, le Mont-Saint-Michel saura-t-il mieux garder les touristes?

Mont-Saint-Michel (50) Les travaux de désensablement de la baie devraient s'achever en 2015. Ils ne sont pas sans poser quelques problèmes en termes d'accessibilité.

Un ensemble architectural unique sur un rocher entouré d'eau, c'est ce que le Mont-Saint-Michel doit redevenir, car c'est cela qui a fait sa gloire", affirme

Éric Vanier, maire de la cité et président du groupe Mère Poulard qui y détient une dizaine d'hôtels et restaurants. Les travaux de désensablement de la baie ont commencé en 2006 et devraient se terminer en 2015. À cette date, le parking et la digue-route seront remplacés par un pont et le rocher redeviendra vraiment une île. Les visiteurs se gareront sur la terre ferme, au lieu-dit la Caserne, avant de rejoindre les navettes gratuites ou de marcher jusqu'au Mont.

Pour les hôteliers et restaurateurs montois, un tel embellissement ne pourra être que positif. Des études prévoient une augmentation de 35 % du nombre de visiteurs dès 2015.

Fin de l'effet zapping ?

Avec cet aménagement, Éric Vanier espère que les touristes resteront plus longtemps sur le site, car, dit-il : "Nous souffrons d'un effet de zapping : la plupart des 3 millions de visiteurs annuels [ne] restent [que] quelques heures." Un espoir que ne partagent pas certains de ses concurrents, dont **Jean-Yves Vételé**, président du groupe Sodetour qui possède plusieurs établissements à la Caserne, et membre de l'Association pour un libre choix d'accès au Mont-Saint-Michel. "Après avoir garé leur voiture, les touristes devront marcher environ 1 km pour atteindre les navettes", explique-t-il. **François-Xavier de Beaulaincourt**, directeur du syndicat mixte qui mène le projet, reste serein. "Ne pas faire partir les navettes du parking coûte moins cher, mais nous avons prévu une solution de repli [et] nous pourrions faire évoluer le projet."

Julie Durand



Dans vingt ans, la mer entourera le Mont cent cinquante jours par an, contre cinquante aujourd'hui.

SUR LES HUIT PREMIERS MOIS DE L'ANNÉE 2010

Tendances en restauration : les taux de fréquentation repartent à la hausse

Selon l'étude de Gira Conseil, les clients sont plus nombreux à fréquenter les établissements, mais sont toujours à la recherche du prix bas.

De + 1 % pour la restauration à distribution rapide à + 6 % pour la restauration avec service à table, les taux de fréquentation du 1^{er} janvier au 31 août 2010 repartent globalement à la hausse comparés à ceux de la même période en 2009. Rappelons qu'à fin juin 2010, plus de 60 % des restaurateurs déclaraient progresser en fréquentation, en comparaison avec la même période en 2009.

Les dépenses moyennes, quant à elles, poursuivent leur recul, de 3 à 5 % selon les segments de marché. Notons que les acteurs, indépendants ou structurés, qui ont fortement agi sur une baisse de prix depuis la mi-2008 sont également ceux qui constatent les croissances de chiffre d'affaires les plus importantes. Seule la restauration rapide affiche une hausse de sa dépense moyenne grâce à deux phénomènes simultanés : la descente des consommateurs des segments supérieurs vers ces segments économiques et les nouvelles formes de restauration rapide - plus chères, plus structurées et plus variées. C'est une fois de plus le service à table des segments intermédiaires qui souffre.

La structure entrée-plat-dessert baisse pour la première fois en dessous de la barre des 15 % de repas pris hors domicile. Nous sommes désormais face à un consommateur à la recherche permanente du prix bas, de l'achat malin et de la promotion à saisir. Ces comportements tirent globalement le marché vers le bas ou plutôt ramènent les acteurs du secteur dans une tarification plus abordable.

À partir de juillet 2010, on commence à comparer les indicateurs avec une période en 2009 qui était en forte reprise. La baisse des prix avait entraîné immédiatement

Les tendances de la restauration depuis le 1^{er} janvier 2010

Fréquentation au 31/08/10 par rapport à 2009

Restauration à distribution rapide : + 1 %
Restauration avec service à table : + 6 %

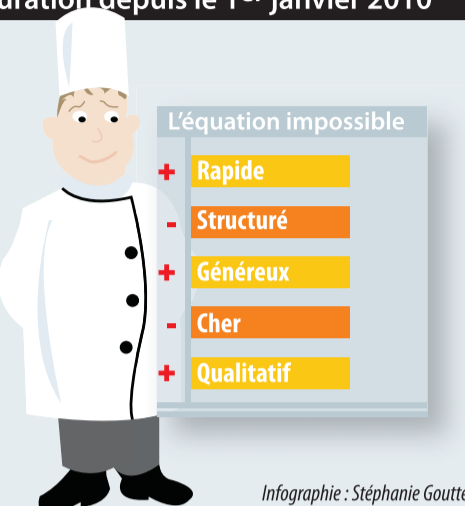
Dépenses moyennes au 31/08/10 par rapport à 2009

De - 3 % à - 5 %, selon les segments du marché

Les indicateurs de juillet 2010 par rapport à 2009

Prix : - 6 % à - 7 %
Volume : + 4 % à + 6 %
Chiffre d'affaire : + 4 % à + 9 %
selon les segments du marché

Source : Gira Conseil



une hausse des volumes. 6 à 7 % sur les prix avaient provoqué un bond de 4 à 6 % sur les volumes.

Plus globalement, le chiffre d'affaires de la profession est orienté à la hausse, d'environ 4 à 9 % selon les segments de marché par rapport à 2009.

Équation impossible

Les consommateurs sont désormais à la recherche d'une dose de qualité supplémentaire là où ils se sont habitués à la vitesse. De leur côté, les restaurateurs montent leur niveau de qualité et de fraîcheur, ce qui justifie ou justifiera une hausse de leur prix aux yeux de leurs clients. Ce phé-

nomène force le service à table à baisser ses prix et la restauration rapide à bonifier son offre. Et restent ceux qui ne misent que sur les prix bas pour une hausse de la fréquentation. La difficulté sera bien dans le maintien de prix bas tout en haussant le niveau de qualité.

Ce bilan des huit premiers mois de l'année fait entrer les acteurs de la restauration dans une situation de plus en plus complexe à gérer. Celle de résoudre la fameuse équation 'impossible' :

• + rapide : même si l'on constate un léger tassement de la chute du temps passé à table ;

• - structuré : avec une restructuration du repas différente de la classique formule entrée-plat-dessert trop longue, trop riche et trop chère ;

• + généreux : c'est plus une question d'état d'esprit que de quantité dans l'assiette ;

• - cher : il est probable qu'après plus de deux ans de maintien ou de baisse des prix de vente, il soit possible de les augmenter sous certaines conditions ;

• + qualitatif : il s'agit là de l'aspect impossible de l'équation qu'il va falloir probablement résoudre en remettant à plat le modèle économique de la restauration.

Source : Gira Conseil.

LHR → Emploi

LE SALON EMPLOI DES PROFESSIONNELS
de **L'Hôtellerie Restauration**

JEUDI 10 MARS 2011
de 9 H à 18 H



**OPTIMISEZ VOS RECRUTEMENTS
ET VENEZ RENCONTRER
DES CANDIDATS MOTIVÉS
ET QUALIFIÉS !**

**LE NOUVEAU
RENDEZ-VOUS
EMPLOI DE
L'HÔTELLERIE
ET DE LA
RESTAURATION**



Vous êtes **restaurateur** ou **hôtelier indépendant**, grand groupe de restauration commerciale ou collective, chaîne hôtelière, cabinet de recrutement, organisme de formation :
RÉSERVEZ MAINTENANT VOTRE STAND !

Contact : 01 45 48 64 64 • lhr-emploi@lhotellerie-restauration.fr

ORGANISÉ PAR

**L'Hôtellerie
Restauration**

AU CENTQUATRE
104 RUE D'AUBERVILLIERS
PARIS 19^E

WWW.LHR-EMPLOI.FR



LA BOURSE

B. Loiseau	- 0,57 %	↘
Groupe Flo	+ 0,92 %	↗
Sodexo	- 0,09 %	↘

EVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 20 ET LE 27-09-10

OUVERT DEPUIS LE 9 SEPTEMBRE

Le 39 V sous les toits de Paris

Frédéric Vardon vient de s'installer dans un lieu unique, au dernier étage d'un immeuble donnant sur l'avenue George V, loin du bruit, avec de larges baies vitrées et une terrasse. Lourd investissement et beau pari.

Pendant près de quinze ans, Frédéric Vardon a sillonné la planète pour Alain Ducasse. Il sera de toutes les ouvertures : Hédiard, Le Parc, Il Cortile, les Spoon, Benoît Tokyo, le Jules Verne sur la Tour Eiffel... Les différents positionnements, les aléas, les surprises de dernière minute et les urgences, il a appris à y faire face. Ce chef de cuisine multi-facettes est aussi un chef d'entreprise. Depuis une bonne dizaine d'années, il est à son compte. Même si 95 % de son temps est dévolu au groupe Ducasse. "Cela m'a permis d'aller voir ailleurs aussi, de conseiller d'autres structures, de comparer, d'apprendre. Et puis un jour, un train passe, il faut se décider, monter dedans ou rester à quai. Il y a de grandes chances pour qu'il ne repasse pas. C'est ce qui m'est arrivé il y a deux ans. J'ai rencontré des investisseurs, à titre privé, qui ne sont pas du secteur. Ils avaient envie de travailler avec moi. On a monté un fonds d'investissement baptisé Corfou, dont je suis le directeur associé. Le 39 V est notre 3^e restaurant", détaille Frédéric Vardon, 43 ans.

En mai 2008, deux restaurants ont ouvert quasi simultanément : le Zinc à Gennevilliers (92) et La Cantine d'Eugénie à Biarritz (64). Chacun environ 28 E de ticket moyen et une capacité maximale de 160 places. Parallèlement, le projet parisien prenait forme. Seul souci, en mai 2008, l'immeuble lui-même était en rénovation et mener les travaux du restaurant en même temps multipliait les difficultés. Le chantier a été interrompu en septembre 2008. Puis la crise a poussé les investisseurs à "réfléchir, à réviser le projet et à prendre [leur] temps". Les travaux ont repris début 2009 pour prendre fin en mai 2010. "Un rodage entre nous", plus tard et le 39 V (l'adresse officielle est le 39 avenue George V, mais l'entrée se situe au 17 rue Quentin Bauchard).

Créer un restaurant au 6^e étage

"Ce n'est pas facile de créer un restaurant au 6^e étage. Il y a les éléments qui rentrent dans l'ascenseur et ceux pour lesquels il faut passer par la location de nacelles dans la cour. Il faut toujours penser en kits. On a mis trois semaines à monter la cave [plus de 100 références, NDLR]. C'est un travail titanesque pour la maîtrise d'œuvre", raconte Frédéric Var-



Frédéric Vardon vient d'ouvrir le 39 V. Un projet de longue haleine, plus de deux ans.

don, qui a pu tirer quelques enseignements de l'ouverture du Jules Verne. La déco est signée par l'Argentin Marcelo Joulia, créateur de l'agence Naço Architectures. Dans un espace de 380 m² entièrement vitré se succèdent le bar-lounge (15 places), la salle (45 couverts) et la cuisine ouverte avec la 'table de la cuisine' (6). Cuir noir pour les banquettes et les sets de table, murs clairs texturés à la taloche, sol en pierre de Vals, Frédéric Vardon a opté pour une décoration résolument contemporaine. L'assiette ? "C'est dans mon registre. Je suis de formation 'chapellienne' [Alain Chapel, NDLR] et 'ducassienne'. Je n'invente rien. C'est une cuisine simple, sincère et efficace", dit Frédéric Vardon. Le menu à déjeuner est à 39,50 E (entrée + plat ou plat + dessert) ou à 49,50 E (entrée + plat + dessert). Ouvert le 9 septembre, des



La terrasse.

45 couverts en salle.

best-sellers se dégagent déjà : Langoustines court-bouillonnées, cocos de Paimpol, vinaigrette aux agrumes (entrée), Tartare de bœuf taillé au couteau, pommes allumettes (24 E en portion normale ou 32 E en grand modèle), Sole de nos côtes, spaghetti au pécarino poivré, sauce bonne femme, Homard bleu, pommes rattes de Noirmoutier, carottes, jeunes poireaux, sauce coraillée.

Complet trois jours à l'avance

Frédéric Vardon saisit aussi les offres de produits exceptionnels de ses fournisseurs pour réaliser quelques plats hors carte qui seront soumis à de bons clients. Le ticket moyen : 60 E le midi, 80 E le soir. Huit personnes en salle et autant en cuisine officient du lundi au vendredi. Le week-end, le restaurant est fermé, mais il peut recevoir des dîners privés.

"On a toujours des angoisses avant l'ouverture. On se demande si on va plaire. Depuis le 9 septembre, nous sommes complet pour les trois jours qui suivent, confie le patron. C'est un lieu différent, hors du temps, sans bruit, avec une terrasse pour les fumeurs, une qualité de service exemplaire pour que les clients se sentent comme chez eux. Certains se lèvent pour aller en cuisine voir comment ça se passe et où en est la cuisson de leur plat. Ils ont adopté le lieu."

Nadine Lemoine

LE 39 V

39 AVENUE GEORGE V
75016 PARIS
TÉL. : 01 56 62 39 05
WWW.LE39V.COM

4 PÔLES D'ANIMATIONS PROFESSIONNELS

Le Sirha, laboratoire vivant des tendances de la restauration

Du 22 au 26 janvier 2011, à Lyon, 10 100 chefs du monde entier arpenteront les allées du Sirha à la découverte des matériels innovants et produits inédits que dévoilent plus de 2 000 exposants.

C'est un Food Studio by Sirha nouvelle version que le Sirha présente en 2011, grâce au partenariat avec Bridor, le groupe Alain Ducasse Formation et l'École nationale supérieure de la pâtisserie (ENSP). Sous l'appellation 'En k de faim et en k de soif', 4 pôles d'animations professionnels présenteront des concepts de produits de restauration nomade : Veg en K, le végétal de plus en plus plébiscité par les consommateurs, Drink en K, les boissons nouvelle vague qui conjuguent plaisir et bien-être, Sweet en K, les desserts et produits sucrés, et Bread en K (4 valeurs émergentes : Best-sellers, Créatifs, Bouchées et Take away en collaboration avec l'école Lenôtre).

Autre innovation : une plateforme des nouveautés, véritable moteur de recherche par métiers et produits, est mise à disposition des professionnels. Les thèmes de recherche 'développement



Le Food Studio, lors de la dernière édition en 2009.

durable', 'bio', 'nutrition' permettent d'affiner les analyses de tendances. Sans oublier les Grands Prix Sirha innovation 2011 qui récompenseront

FOOD
STUDIO
by Sirha

les meilleures innovations des exposants dans les catégories suivantes : produits agroalimentaires et boissons ; matériel (grande cuisine, laboratoire, petit et gros matériel), hygiène ; produit ou matériel pour la boulangerie-pâtisserie-confiserie ; équipement de salle et d'hôtellerie (mobilier, linge, tissu, décoration) ; arts de la table et nouvelles technologies. Le Sirha décernera un Grand Prix développement durable, ainsi qu'un Grand Prix nutrition. Les sociétés présélectionnées défendront leurs innovations le 8 décembre 2010, à Paris, devant un grand jury de professionnels. Les produits lauréats seront à découvrir sur l'espace Grands Prix Sirha innovation 2011.

WWW.SIRHA.COM

REMISE DU VASE DE SÈVRES ET DE LA COUPE DU SÉNAT

Honneur aux femmes à Arpajon

La 59^e édition des concours culinaires s'est tenue sous la présidence de Jean-Yves Leuranguer, Meilleur ouvrier de France et chef du Fouquet's.

Grand moment d'émotion à l'hôtel de ville d'Arpajon (91) : les larmes ont coulé lors de l'annonce des lauréats des 10 catégories du concours gastronomique. D'abord pour **Francis Miot**, maître-confiturier, dont les trente-cinq ans de carrière ont été doublement récompensés par l'Élysée et le Sénat, tout comme la jeune **Rosalie Mongazon-Cazavet**, lauréate du prix Sender. À 20 ans, la jeune apprentie, s'est préparée seule et sans connaître le monde des concours. La performance est remarquable. Sans oublier la courageuse **Yasuyo Tshukara**, arrivée la veille avec une pièce artistique en miettes (en raison d'un transport hasardeux en voiture) et qui a accompli l'exploit de la remonter entièrement en quelques heures.

Sur le chemin des MOF

Pour ces trois lauréats, le vase de Sèvres et la coupe du Sénat ont salué une motivation et un engagement de tous les instants.



Rosalie Mongazon-Cazavet, lauréate du prix Sender, entourée de Jean-Yves Leuranguer, Philippe Gardette et Marcel Fraudet.

Ce dont témoigne **Jean-Yves Leuranguer**, chef du Fouquet's et président du jury qui, lui aussi, a débuté sa carrière par le concours d'Arpajon, en 1983 : "Arpajon a longtemps été le plus beau concours de France : pour moi, ce fut la porte ouverte sur le chemin des MOF. Je considère que c'est notre devoir, à nous les chefs, de donner envie de porter la bande tricolore. En voyant nos candidats si talentueux, j'y crois encore !" **Gaëlle Girard-Marchandise**

REBAPTISÉE FÉLINE-LA TABLE DU CAP

Laurent Poulet reprend La Terrasse à Mougins

Le chef entend développer un nouveau concept comprenant restaurant, café-bistrot, boutique et cours de cuisine.

À l'entrée de Mougins (06), **Laurent Poulet**, 35 ans, étoilé *Michelin* 2009 à La Table du Cap (Saint-Jean-Cap-Ferrat), reprend La Terrasse, qu'il doit ouvrir prochainement et rebaptiser Féline-La Table du Cap. C'est un nouveau concept que cet ancien de **Pierre Gagnaire** et **Jacques Maximin** ("mes deux pères"), cuisinier talentueux également passé chez **Alain Ducasse** au Louis XV, entend développer dans ce restaurant sur deux niveaux.

Au premier, Féline, café-bistrot, cuisine du marché, cheminée-rôtisserie aménagée en espace boutique (signée KA3*) et cours de cuisine (forfaits de 62 à 350 E). Au second, avec terrasse et vue sur la baie de Cannes, La Table du Cap ouvrira le samedi seulement, pour une cuisine plus élaborée. "Mougins a une belle histoire culinaire. La gastronomie renaît depuis quelques années et je voulais être de cette aventure, déclare Laurent Poulet. Au bistrot, qui restera ouvert toute la journée, je proposerai une approche simple et goûteuse autour de 30 E. Le samedi, je ferai 'ma' cuisine de la Riviera, à l'instinct, avec des menus [37 à 80 E, NDLR] et carte [16 à 56 E] changeant chaque semaine, en priorité avec les produits de la région".

Jacques Gantié

Laurent Poulet part à la conquête de Mougins.



sous-tasse. Avec Malongo, son partenaire, il a remporté le titre de meilleur expresso aux Championnats de France 2009.

FÉLINE

31 BD GEORGES COURTELINE
06250 MOUGINS
TÉL.: 04 92 98 61 89
WWW.FELINECAFEBISTROT.COM

LA TABLE DU CAP

TÉL : 04 92 98 19 53
WWW.LATABLEDUCAP.COM

* Créé et déposé par Laurent Poulet, KA3 est un objet du café à trois branches, réunissant tasse, cuillère et

LE COUPLE EST PARVENU À VIVRE DE SA PASSION POUR LA CUISINE

Anges & Démons : la fonction publique mène à tout

Toulouse (31) Marie-France et Franck Chapon ont été fonctionnaires pendant vingt ans. Puis, un Bib gourmand a récompensé en 2004 leur reconversion.

Ils étaient Parisiens. **Marie-France Chapon** travaillait au ministère de la Culture. **Franck**, son mari, était militaire. "Un jour, mon père m'a dit qu'un restaurant était en vente à Réalmont, à côté de chez lui, dans le Tarn", se souvient Franck Chapon. Le couple suit alors une formation à L'Auberge du Buissonnet près de Compiègne (60) : Marie-France, qui aimait cuisiner, est derrière les fourneaux. Franck, sans expérience, est en salle. Un an plus tard, en 2000, ils estiment être prêts. Mais le restaurant n'est plus à vendre. Ils jettent leur dévolu sur un 'routier' à Carmaux, qu'ils baptisent Le Chapon tarnais. "Nous avons un salaire, la sécurité de l'emploi, mais nous avons voulu vivre notre passion", explique Marie-France. Quatre ans plus tard, ils obtiennent un Bib.

Le menu au prix du plat

Aujourd'hui, ils ont transformé un salon de coiffure en restaurant au centre de Toulouse car la vie en ville leur manquait. Ils ont gardé le même principe qu'au Chapon



Décor contemporain pour l'ancien salon de coiffure.

tarnais : le prix du plat choisi par le client détermine celui du menu avec entrée, plateau de fromages et dessert.

Le restaurant est ouvert uniquement le soir. "Notre formule n'a pas d'adeptes au déjeuner. On veut être un restaurant de plaisir avec une cuisine traditionnelle au goût du jour", revendique Marie-France Chapon.

Bernard Degioanni

ANGES & DÉMONS

1 RUE PERCHEPINTE
31000 TOULOUSE
TÉL. : 05 61 52 66 69

WWW.RESTAURANT-ANGESETDEMONS.COM




Vous êtes cuisinier ou pâtissier en restauration !
devenez le **CHAMPION DE FRANCE DU DESSERT 2011**





PARTICIPEZ au Championnat de France du Dessert 2011
CRÉEZ votre dessert à l'assiette
REMPORTEZ le Dessert d'Or® 2011 et de nombreux prix

FINALES RÉGIONALES DE JANVIER À MARS 2011
FINALE NATIONALE A SOULLAC (LOT) LES 22 ET 23 MARS 2011
Sous la présidence de Michel & Sébastien BRAS Restaurant Bras Laguiète (Aveyron)

Clôture des inscriptions - vendredi 3 décembre 2010
Demandez le règlement et le dossier de candidature du concours à : Jean-Patrick BLON - ARSC
Tel : 01 63 20 74 01 email : jeanpatrick@arsc.com
Tous les renseignements sur www.championnatdefrancedu-dessert.com

Demande de dossier de candidature Championnat de France du Dessert 2011

NOM	PRÉNOM
RUE	CODE POSTAL
VILLE	
TÉL PERSONNEL	EMAIL PERSONNEL
RESTAURANT	
RUE	CODE POSTAL
VILLE	
TÉL DU RESTAURANT	EMAIL DU RESTAURANT

"UNE BOUILLABAISSE QUE L'ON NOUS ENVIE SUR LA CANEBIÈRE"

Georges Alexandre Benoit fait aimer le poisson aux Limougeaids

Limoges (87) Son restaurant La Baleine bleue s'impose comme l'unique établissement dédié au poisson sous toutes ses formes.

En reprenant en septembre 2007 un ancien bar de nuit du quartier de la gare, **Georges Alexandre Benoit** (37 ans) avait une idée en tête : proposer à une population friande de l'excellente viande bovine locale des coquillages et poissons.

Trois ans plus tard, La Baleine bleue est devenue une référence. Grâce à un approvisionnement issu de la côte Atlantique, à 200 km de là, elle offre aux gourmets des recettes raffinées. Le décor est à l'unisson : lambris marins, maquettes de bateaux, hublots... La salle peut accueillir une soixantaine de convives. Le quatuor aux fourneaux - Georges Alexandre Benoit, son second **Raphaël Bonton**, un aide et un apprenti - sert une carte riche de diversités pélagiques, mais aussi d'autres mets pour les réfractaires.

Fait maison

"Nous avons une bouillabaisse qu'on nous envie sur la Canebière, affirme le chef, et même du 'couteau', ce coquillage allongé de l'Atlantique. [Nous avons] chaque jour au menu cinq poissons différents, apportés par la maison Meric, une



Georges Alexandre Benoit, maître à poisson.

centrale d'achat très réputée. Mais ceci ne nous empêche pas d'afficher l'entrecôte de 300 g made in Limousin, ou le ris de veau. Cependant, nous nous imposons par nos recettes ma-

rines, nos plateaux de fruits de mer et nos compositions."

Propriétaire de son fonds, Georges Alexandre Benoit a monté son affaire avec un investissement raisonnable, profitant d'une structure déjà en place. Avec un ticket moyen de 37,5 €, il sert une quarantaine de repas par jour, avec l'aide de trois personnes en salle. Pour cet ancien du Meurice à Paris, qui a fait ses classes chez **Philippe Redon**, la cuisine doit utiliser les produits de qualité du terroir. Ses poissons s'accrochent donc de cèpes et de gourmandises du cru. Du pain aux desserts, tout est fait maison. Le restaurateur développe en parallèle un projet de service traiteur qui lui apporte une clientèle institutionnelle déjà conséquente.

Jean-Pierre Gourvest

LA BALEINE BLEUE

11 RUE ALEXANDRE BRIAND

87100 LIMOGES

TÉL. : 05 55 79 31

WWW.LABALEINEBLEUE.FR

UNE CUISINE AU GRÉ DU MARCHÉ

Alain Ryon passe du gastro au 'bistr'eau'

Le Lavandou (83) L'envie d'être libre et de retrouver le plaisir du métier ont poussé le Varois d'adopter à changer de cap.

Dans le Var de la gastronomie, **Alain Ryon** compte parmi les 'anciens', qui ont défriché le terrain de la restauration étoilée et fait la réputation d'un département gourmand. Cet ancien de **Georges Blanc** a commencé sa carrière à Vonnas, puis a travaillé à La Bonne Étape de la famille **Gleize** à Château-Arnoux et au Moulin de Mougins. En 1978, il crée Le Lingousto à Solliès-Toucas, près de Toulon, obtient une étoile *Michelin* en 1983 et transfère en 1989

son restaurant à Cuers, au cœur des vignes. Vingt ans plus tard, ce Bressan 'naturalisé' provençal ne quitte pas le Var mais a changé de cap et d'horizon. "J'étais las de devoir mener une maison qui devenait lourde en charges et en personnel. J'avais envie d'être libre et de retrouver le plaisir du métier."

Après deux saisons sur le port Saint-Pierre, dans le restaurant du Yacht-Club de Hyères, Alain Ryon a trouvé son bonheur au Lavandou.

Quartier Saint-Clair, le propriétaire de l'hôtel Les Flots bleus a réaménagé pour lui un espace clair et moderne, avec terrasse, véranda et vue imprenable sur la plage, face au restaurant justement baptisé Bistr'eau Ryon. "Ici, je revis, je fais ma cuisine au gré du marché avec un menu à 24 € qui change chaque jour, un premier vin à 20 € et une carte aux alentours de 40/50 € pour 60 à 70 couverts". À peine installé, cet été, Alain Ryon a fait le plein de ce bistr'eau malin dont la clientèle des



Alain Ryon : heureux comme un chef au bord de l'eau.

beaux hôtels du littoral retient désormais l'adresse.

Jacques Gantié

BISTR'EAU RYON

PLAGE SAINT-CLAIR, BOULEVARD DES DRYADES

83980 LE LAVANDOU

TÉL. : 04 94 15 26 97

WWW.BISTREAURYON.COM

DANS UNE ANCIENNE MAISON PARTICULIÈRE DE 650 M²

Le Carré Gourmand porte bien son nom

Boé (47) Aux portes d'Agen, ce nouveau restaurant d'esprit bistrot a ouvert ses portes il y a quatre mois avec l'objectif de créer un lieu dynamique aux tarifs abordables.

Arnaud Caré et **Emmanuel Waetcher** tiennent à l'adjectif "gourmand" accolé au nom de leur restaurant. "Il y a eu à la fois l'envie de s'installer, de créer un lieu dynamique avec des tarifs abordables mais surtout d'écouter de manière gourmande ce que les gens souhaitent manger", affirme Arnaud Caré, chef de 38 ans, originaire de Verdun.

Le restaurant a ouvert il y a quatre mois aux portes d'Agen, dans une ancienne maison particulière de 650 m², dotée d'un parc de 8 000 m². "Nous avons choisi un esprit bistrot avec des formules pour le déjeuner à 14 et 17 €. Le soir, nous proposons un menu-carte plus élaboré", souligne Arnaud Caré.

Une première expérience ensemble

"Nous continuons à faire excellent mais sans sacrifier nos vies de famille. Noël, nous voulons le passer avec les enfants", affirme Emmanuel Waetcher, secondé par son épouse en salle.

Car les deux associés ont connu le stress des grandes maisons. Emmanuel Waetcher a été pendant sept ans maître d'hôtel chez **Michel Trama**. Arnaud Caré a



Arnaud Caré (au centre) entouré par Emmanuel Waetcher et son épouse.

travaillé avec **Régis Lecomte**, **Alain Dutournier**, **Michel Troisgros**, **Jacques Chibois** et **Olivier Brulard**.

Les deux hommes avaient déjà partagé une première expérience professionnelle à la Brasserie de La Méditerranée à Mougins. C'est ce qui a conduit Emmanuel Waetcher à faire appel à Arnaud Caré lorsqu'il a pris en mai 2008 la direction du Château Saint-Philippe à une dizaine de kilomètres d'Agen. L'aventure a duré deux ans.

Bernard Degioanni

CARRÉ GOURMAND

2 RUE MONTALEMBERT

47750 BOÉ

TÉL. : 05 53 95 22 22

ÊTES-VOUS SÛR DE L'EFFICACITÉ ET DE LA QUALITÉ DE SERVICE DE VOTRE ÉTABLISSEMENT ?

QUALI CONSO

Propose de mettre son expérience à votre service afin d'évaluer, diagnostiquer et optimiser la qualité de service de votre établissement.

Avec des moyens simples et efficaces :

- audit ;
- visite mystère ;
- conseils ;
- réalisation et application de procédures ;
- formation de vos équipes.

Un bilan personnalisé vous est offert.

Prenez rapidement contact avec :
Marie Salvage au 06 25 11 73 74
 marie.salvage@yahoo.fr

Problème sanitaire

PROTÉGEZ VOTRE ACTIVITÉ.

Cafés Hôtels
Groupama
100%
avec les
PROS
Restaurants



Cafés, Hôtels, Restaurants

La garantie Sécurité Alimentaire de Groupama vous indemnise des conséquences financières en cas de problème sanitaire*.

Pour en savoir plus, renseignez-vous auprès de votre conseiller Groupama pro sur www.groupama-pro.fr



Toujours là pour moi.

DANS LE CADRE D'UN VASTE PROGRAMME DE TRANSFORMATION URBAINE

FORT DE SES 183 ÉTABLISSEMENTS

Nancy en quête d'étoiles

La ville entend devenir une destination privilégiée des congressistes. Mais pour cela, il lui faut parvenir à étoffer son offre hôtelière haut de gamme, d'ici à trois ans.

Nancy (54) compte deux hôtels 4 étoiles, le Grand Hôtel de la Reine sis place Stanislas et l'Hôtel d'Haussonville qui n'en est pas très éloigné. Le premier, propriété du groupe Ferré Hôtels, dispose de quarante-trois chambres. Le second n'en compte que sept. Une offre dans le haut de gamme qui s'avère actuellement satisfaisante pour répondre aux besoins des touristes. Mais il n'est pas certain que cela soit encore le cas dans trois ans. Dans le cadre d'un vaste programme de transformation urbaine intitulé 'Nancy grand cœur', la ville entend se positionner sur la carte européenne des destinations de congrès avec la création d'un centre de conférence de 20 000 m², à proximité immédiate de la gare TGV. Un équipement qui, dès 2012, servira de locomotive à toute l'économie nancéenne.

Calendrier serré

Mais cela implique de pouvoir accueillir dans les meilleures conditions l'afflux massif de congressistes. La transformation d'un immeuble en hôtel, envisagée dans le cadre du projet d'urbanisation, tout comme l'extension (et/ou le rafraîchissement) du Grand Hôtel de la Reine, sont évoquées pour enrichir le parc hôtelier, sur le plan qualitatif et quantitatif. La ville et les hôteliers ont trois ans devant eux pour passer à l'action. Respec-



Pour les décideurs locaux, le Grand Hôtel de la Reine doit renouer avec son prestige passé.

ter le calendrier s'avère crucial pour Nancy car à 60 kilomètres de là, Metz (57) a également des ambitions dans ce secteur. Encouragée par le succès du Centre Pompidou-Metz qui a déjà accueilli 300 000 visiteurs, la ville planche sur la création d'un centre des congrès pour 2013.

Jean Fabian

GRAND HÔTEL DE LA REINE

2 PLACE STANISLAS · 54000 NANCY
TÉL. : 03 83 35 03 01

WWW.HOTELDELAREINE.COM

HÔTEL D'HAUSSONVILLE

9 RUE MGR TROUILLET · 54000 NANCY
TÉL. : 03 83 35 85 84

WWW.HOTEL-HAUSSONVILLE.FR

AVEC SON ALLURE DE "VIEILLE DEMEURE BOURGEOISE"

Le Château des Jacobins, un établissement à l'ancienne

Agen (47) Le seul 4 étoiles de la ville a un passé mais surtout de beaux jours devant lui.

À 81 ans, **Gisèle Bujan** dirige toujours le seul 4 étoiles d'Agen. À peine remise d'une fracture du col du fémur, elle accueille les clients. Des phrases courtes, des mots simples : les instructions sont rapidement données pour que le personnel fasse preuve de diligence. Gisèle Bujan a le métier chevillé au corps. Sa grand-mère avait créé un restaurant à Valence-d'Agen. "On y faisait à manger les jours de marché et, la plupart du temps, ce sont les clients qui apportaient leur viande afin qu'on la cuise", se souvient-elle. Ensuite, c'est son père qui a repris l'activité donnant naissance au restaurant Tout va bien. Gisèle Bujan et son mari lui succéderont. "Nous servions jusqu'à 150 couverts par service. On faisait la découpe, le flam-bage en salle. C'était une autre époque", dit-elle.

Maison bourgeoise

En 1977, le couple se sépare du Tout va bien et achète le Château des Jacobins, hôtel particulier ayant abrité les bureaux de la Banque de France, et entreprend d'importants travaux de rénovation. L'hôtel dispose de 14 chambres et d'une suite.

Meubles et objets anciens, aussi bien dans les chambres que dans les salons du rez-de-chaussée, donnent à l'établissement une allure de "vieille demeure bourgeoise". Gisèle Bujan, dont le mari, aujourd'hui décédé, a été une figure de l'hôtellerie lot-et-garonnaise, est secondée par son petit-fils, **Stéphane de Capmarty-Bujan**, ancien de l'école hôtelière de Toulouse.

Bernard Degioanni

HÔTEL CHÂTEAU DES JACOBINS

1 TER PLACE DES JACOBINS · 47000 AGEN
TÉL. : 05 53 47 08 31

WWW.CHATEAU-DES-JACOBINS.COM

Meubles et objets anciens : une allure de maison bourgeoise pour un confort 4 étoiles.



B&B Hotels rejoint le groupement national des chaînes hôtelières

Le GNC*, organisation professionnelle patronale, associée à l'Umih, se félicite d'accueillir parmi ses adhérents le groupe B&B Hotels.

Troisième opérateur sur le marché français de l'hôtellerie économique avec 183 établissements, 14 000 chambres, près de 200 ME de chiffre d'affaires et environ 1 000 collaborateurs et partenaires commerciaux, le groupe B&B Hotels s'est imposé en moins de dix ans comme un acteur incontournable dans le paysage hôtelier français. "La qualité de l'accueil et des prestations ajoutée à une politique de prix particulièrement adaptée aux nouvelles attentes du client, expliquent le succès remporté par nos établissements auprès du grand public", précise **Georges Sampeur**, président du directoire B&B Hotels. Et d'ajouter "Nous sommes heureux d'adhérer au GNC et d'apporter notre contribution à la représentation des intérêts de notre profession." **Jacques Barre**, président du GNC, s'est félicité de l'entrée du groupe B&B Hotels : "Cette décision permet de consolider l'unité du secteur hôtelier à un moment où doivent être renforcées les actions permettant d'améliorer l'attractivité de nos métiers et les politiques de promotion touristique de nos territoires."

* Le GNC (groupement national des chaînes hôtelières) est une organisation professionnelle patronale qui regroupe la quasi totalité des chaînes hôtelières françaises et étrangères implantées en France.

Le GNC compte parmi ses membres le Groupe Accor, Hyatt, Hilton, Holiday Inn, Le Méridien, Choice Hotels... et aujourd'hui B & B Hotels. Les chaînes hôtelières représentent aujourd'hui 40 % du parc total des chambres d'hôtels en France (250 000 chambres) et près de la moitié du chiffre d'affaires hôtelier (soit environ 7,5 milliards E).

Nominations au sein de la direction générale Accor hôtellerie France

Christophe Alaux, directeur général Accor hôtellerie France, remanie son comité de direction en procédant à plusieurs nominations :

- **Cédric Durand** est nommé directeur administratif et financier hôtellerie France. Il était depuis 2007 directeur financier Accor Hospitality Moyen-Orient Afrique et occupait précédemment le poste de directeur financier et juridique d'Accor Services France.
- **Gwenaël Le Houerou** devient directeur général de Novotel et Suite Novotel France. Il aura pour mission de gérer et développer le réseau de 124 Novotel et 18 Suite Novotel en France. Il a rejoint Accor en 1990 au sein de la marque ibis, avant d'occuper la fonction de directeur des opérations, marketing et ventes Suitehotel Europe à partir de 2000. Il était depuis 2008 directeur général des marques Suitehotel et all seasons.
- **Arnoud Vink** est nommé directeur de la franchise et du développement hôtellerie France. Ses missions consisteront à accélérer le développement en franchise du groupe en France, en priorité sous les marques all seasons, Etap Hotel et Mercure et à gérer le développement en filiale et en contrat de management dans le respect de la stratégie Asset-right définie par le groupe.
- **Eric de Neef** est nommé directeur général Mercure, MGallery et all seasons France. Il aura pour mission de gérer et poursuivre le programme de rénovation et de développement, principalement en franchise et management, pour les trois marques sur le territoire hexagonal. Eric de Neef a dirigé pendant trois ans Mercure en Allemagne, puis il a rejoint la France pour prendre la direction de la même marque et lancer le label MGallery en 2008.
- **Stéphane Bensimon** rejoint l'équipe d'Eric de Neef et est nommé directeur all seasons France. Il aura pour mission d'accompagner le fort développement en franchise, les enjeux de distribution et de qualité du réseau en France. Stéphane Bensimon a rejoint Accor en 1991 et occupait depuis 2008 la fonction de directeur commercial de l'hôtellerie Accor France.

LA BOURSE

Accor
+ 1,36 % ↗

SBM
+ 0,62 % ↗

Hôtels de Paris
+ 5,97 % ↗

Club Med
- 3,56 % ↘

Groupe Partouche
- 4,59 % ↘

ÉVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 20-09 ET
LE 27-09-10

DES PARAMÈTRES OBJECTIFS ET SUBJECTIFS

POUR JONES LANG LASALLE, ON NE NAÎT PAS PALACE, ON LE DEVIENT

Le rapport annuel sur les palaces parisiens, présenté par Jones Lang LaSalle, l'un des leaders mondiaux de la transaction immobilière et hôtelière, arrive à point. Reprenant l'histoire des palaces, il donne un éclairage différent sur l'identité de cette catégorie d'hôtels, apporte des éléments sur la procédure de labellisation et sur les nouveaux entrants parisiens : le Raffles Royal Monceau, le Shangri-La ou encore le Mandarin Oriental.

Spécialiste des palaces depuis de longues années, tout en étant leur conseiller dans certaines transactions (comme celle du Lutetia par exemple), le cabinet de conseil Jones Lang LaSalle (JLL) a une vision tout à fait particulière de ces établissements qu'il connaît bien. S'appuyant sur des données historiques, JLL rappelle que le terme palace a été attribué pour la première fois en 1835, pour le Meurice. Dans les années 1930, cinq autres établissements bénéficient de ce qualificatif : le Crillon, le Bristol, le George V, le Plaza Athénée et le Ritz. Enfin, plus récemment, s'est ajouté le Fouquet's Barrière. Selon Jones Lang LaSalle, la définition d'un palace doit tenir compte de plusieurs paramètres. Il y a évidemment des éléments objectifs, comme la localisation, la nature de l'immeuble (historique ou de prestige), les espaces, l'état parfait de rénovation, le service d'exception. Toutefois, c'est sur un autre paramètre que JLL appuie sa théorie : le cabinet démontre que ce qui distingue les palaces des autres hôtels est la notion de prix moyen et, par là même, de client. En effet, le prix (aujourd'hui situé en moyenne à 700 E la nuit) est sans équivoque : "Nous pensons que le prix moyen est le critère distinctif car il est le seul à traduire le jugement du client", déclare **Gabriel Matar**, directeur France et vice-président de Jones Lang LaSalle.



Une suite du palace parisien le Bristol.



La façade du Crillon.

plémentaires en 5 étoiles à partir du moment où elle vont s'échelonner dans le temps, déclare Gabriel Matar. D'ailleurs la conjoncture estivale a été excellente pour les hôtels, et tout porte à croire que l'année 2011 sera de la même veine." En revanche, il est fort probable que les prix moyens des nouveaux entrants soient à la hausse car les coûts d'investissements se répercutent sur les prix moyens. JLL prévoit donc, à la sortie, plusieurs types d'hôtels 5 étoiles dits de luxe et préconise de les classer en trois groupes : un premier groupe avec une recette moyenne de 1 000 E à 1 200 E HT, composé de 3 à 4 hôtels, un deuxième groupe avec une recette moyenne de 700 E à 1 000 E HT composé de 5 à 6 hôtels et un dernier groupe se situant dans une fourchette allant de 500 à 700 E HT (positionnement actuel des hôtels de très grand luxe) composé de 4 à 5 hôtels. L'ensemble des éléments doit être pris en compte, rappelle JLL, pour tous ces nouveaux hôtels, s'ils veulent solliciter la labellisation palaces, "faute de quoi, le terme 'palaces' ne voudrait plus rien dire et le label ne servirait à rien", conclut Gabriel Matar.

Évelyne de Bast

'Supplément d'âme'

Il faut toutefois que ce prix moyen soit durable. En effet, reprenant la théorie des cycles hôteliers, JLL pense que présenter un prix moyen régulier à 700 E sur une période de sept années traduit un niveau d'excellence pérenne. "C'est le prix que le client accepte de payer pour l'exceptionnel", indique Gabriel Matar. Et JLL de rappeler que le titre de palace a été enlevé à certains hôtels ces dernières années, comme le Prince de Galles ou le Royal Monceau. Enfin, selon JLL, on ne naît pas palace : c'est le vécu du bâtiment et son histoire, une notion subtile mais incontournable, qui est l'un des paramètres indispensables. À ce titre, Gabriel Matar s'interroge sur la situation des nouveaux arrivants : un immeuble de bureaux transformé en hôtel pourra-t-il offrir ce vécu ? De même, les immeubles situés dans des quartiers isolés pourront-ils avoir ce 'supplément d'âme' si souvent décrit comme un attribut essentiel ? Enfin, sur l'inquiétude à voir arriver des nouveaux hôtels sur Paris, JLL reste confiant : "Paris a la capacité d'absorber 300 ou 400 chambres sup-

Ouverture des futurs 5 étoiles				
Enseigne	Investisseur	Nombre de chambres	Ouverture prévue	
Le Royal Monceau Raffles Paris	Raffles	Qatari Diar	149	octobre 2010
Shangri La	Shangri La	Shangri La	81 + 40 en projet	décembre 2010
Mandarin Oriental	Mandarin Oriental	Société Foncière Lyonnaise Mandarin Oriental	138	2011
Le Majestic - Peninsula	Peninsula	Qatari Diar The Hongkong and Shanghai Hotel Limited	200	2013
Cheval Blanc - La Samaritaine	Cheval Blanc	LVMH	110	2014

Source : JLL
Infographie : Stéphanie Goutte

EN BREF

Teldar Travel, la centrale de réservation nouvelle génération

Teldar Travel est une centrale de réservation en Business to Business. Lancée en 2010 par **Olivier Delouis** et **Stéphane de Laforcade**, elle a pour objectif d'être leader sur le marché de la réservation en ligne d'ici deux ans. Depuis sa création, Teldar Travel propose un éventail de 100 000 hôtels répartis dans le monde, toutes classifications confondues, de la simple auberge de jeunesse au palace. Pour les hôteliers, son système de garantie bancaire de paiement personnalisé est perçu comme particulièrement fiable. Autre avantage de Teldar Travel : les prix. En effet, à travers une veille réalisée dans les hôtels, Teldar Travel est apparu comme la centrale proposant les prix les plus bas du marché soit - 19% par rapport à ceux de la concurrence comme Expedia... Un premier accord avec TourCom en mai 2010 a permis à la centrale de bénéficier du réseau de 560 points de vente. Le projet de partenariat actuel avec le GIE Manor devrait pour sa part lui permettre d'accéder à 410 points de vente professionnels supplémentaires.

É. de B.

Nomination chez IHG



Didier Boidin.

Didier Boidin, 50 ans, vient d'être nommé vice-président Opérations Europe de l'ouest, Russie et Ukraine pour InterContinental Hotels Group. À ce titre, il supervise l'ensemble des hôtels sous contrat de gestion pour les 7 marques du groupe, soit une trentaine d'établissements. Il occupait jusqu'ici les fonctions de vice-président Opérations France, Benelux et Méditerranée. Il était également à la tête de l'InterContinental Paris Le Grand depuis avril 2005.





02-03 MARS/MARCH 2011
Paris Porte de Versailles / Pav. 5.2

LE RENDEZ-VOUS LEADER SUR LE MARCHÉ DU **SNACKING** & DE LA **CONSOMMATION NOMADE**
THE LEADING EVENT FOR THE SNACK & FOOD-ON-THE-GO MARKET

Idées à emporter...
Ideas to take away...

Originalité par **Reed Expositions**

équipements equipment

produits products

services services

technologie technology

consommables consumables

À suivre sur / Follow us on
www.sandwichshows.com

CE QUE DIT LA LOI

Les hôteliers ont une responsabilité automatique envers leurs clients

Les hôteliers sont soumis à un régime spécifique de responsabilité en cas de vol des effets de leur clientèle. Pour permettre aux professionnels de mieux apprécier leurs besoins en assurances, nous faisons le point sur le régime applicable à leur profession.

À l'origine, les rédacteurs du code civil ont voulu protéger le voyageur en lui évitant de décharger l'ensemble de ses bagages pour un séjour bref. Raison pour laquelle les articles 1952, 1953 et 1954 du code civil mettent à la charge des hôteliers une présomption de responsabilité en cas de vols ou de dommages causés aux vêtements, bagages et objets divers apportés dans leur établissement par le voyageur qui loge chez eux. Cette responsabilité est automatique. Ce qui veut dire que le client n'a pas besoin de démontrer une faute de l'hôtelier pour être remboursé. D'où cette notion de responsabilité limitée : la responsabilité présumée de l'hôtelier est limitée à hauteur de 100 fois le prix de la chambre pour les vols survenus à l'intérieur de celle-ci. Un client dont la chambre coûte 30 E ne pourra pas se faire rembourser le bien volé au-delà de 3 000 E. Mais cette limitation légale de responsabilité tombe en cas de faute de l'hôtelier : par exemple, la clé a été volée à la réception ou la femme de ménage a laissé la chambre ouverte sans surveillance... En effet, si le client démontre la faute, il pourra alors demander à être indemnisé de la totalité de son dommage. De même, pour les effets remis à la réception ou au coffre de la réception, ou si l'hôtelier a refusé sans motif légitime de garder ces objets, la responsabilité de l'hôtelier est illimitée. Ce régime de responsabilité assez rigoureux ne peut faire l'objet de dérogations. Le panneau par lequel l'hôtelier informe sa clientèle qu'il n'est pas responsable des vols commis dans son établissement n'a aucune valeur légale et ne lui permet pas d'y échapper. Le régime spécifique de présomption de responsabilité limitée ne concerne que les établissements hôteliers et ne s'applique pas aux autres formes d'hébergement qui ne réalisent pas des prestations hôtelières.

Les moyens pour s'exonérer de cette responsabilité

Pour faire tomber cette responsabilité, l'hôtelier pourra invoquer deux arguments, la force majeure ou la faute du client.

• La force majeure

L'article 1954 alinéa 1 du code civil exonère l'hôtelier de sa responsabilité en cas de vol ou dommage arrivés par force majeure, à condition de démontrer les faits allégués. Mais le caractère de force majeure est très difficile à retenir. Pour preuve : un vol à main armée avait été commis dans un hôtel

dont le coffre avait été dévalisé. L'hôtelier avait invoqué la force majeure en raison du caractère irrésistible - on ne peut rien faire contre celui-ci - du vol à main armée. Cependant, les tribunaux ont rappelé que l'irrésistibilité de l'événement constitue bien à elle seule la force majeure mais à la condition que ses effets ne puissent être prévus. Dans cette affaire, la cour de cassation a refusé la force majeure au motif que l'hôtelier n'avait pas pris toutes les mesures requises pour éviter la réalisation du vol. La cour a reproché à l'hôtel de ne pas avoir effectué un contrôle strict des entrées dans l'établissement. Le veilleur de nuit avait même ouvert la porte (à 5 heures du matin) à l'un des malfaiteurs qui prétendait avoir rendez-vous avec un client de l'hôtel (Cass. civ. 19 mars 1994 n° 407P).

• La faute du client

L'hôtelier peut aussi songer à s'exonérer de sa responsabilité en invoquant la faute de la victime (cour d'appel d'Aix-en-Provence, 12 février 1985, Bull. Aix 1985/50, n° 1). Il peut aussi invoquer l'imprudence du client qui laisse des objets de grande valeur dans sa chambre sans en avertir l'hôtelier (CA de Paris 15 janvier 1987, D.1987, IR p. 36). Mais les tribunaux peuvent aussi conclure à un partage de responsabilités entre l'hôtelier négligent et le client imprudent (CA de Paris 5 janvier 1996, JCP G 1996, IV, p. 125). La cour a considéré que l'hôtelier avait commis une faute de surveillance en relation avec le vol de bijoux dans la chambre en laissant à portée de main de la clientèle un passe qui était placé dans un casier à côté de ceux réservés aux clés des clients. Mais la cour a aussi retenu la faute du client : ce dernier occupait la chambre depuis plusieurs jours et n'avait pu ignorer la présence d'un coffre particulier. Il avait choisi délibérément de ne prendre aucune précaution pour assurer la protection de ses bijoux laissés dans la chambre, alors que son attention aurait dû être attirée par des appels téléphoniques anonymes, et par la présence d'individus suspects. La responsabilité du client a été engagée pour moitié.

Dans une autre affaire, les juges avaient constaté une faute de l'hôtelier et considéré que celle-ci était plus grave que la faute banale d'imprudence commise par le voyageur ayant laissé des bijoux dans sa chambre. Ils ont mis 2/3 de la responsabilité à l'hô-

telier et 1/3 au client (CA de Paris, 12 octobre 1982, D.1983, IR, p. 23). La cour a conclu au partage des responsabilités dans une affaire où le vol avait été commis dans la chambre des clients pendant qu'ils dormaient : ce vol avait été facilité par la négligence de l'hôtelier mais aussi par l'imprudence des clients (Cass. civ. 1^{re}, 18 avril 1989, n° 87-19.142).

Vol sur les parkings d'un hôtel

La responsabilité de l'hôtelier peut être aussi engagée pour les vols causés dans les véhicules stationnés sur un parking mis à la disposition de la clientèle. En effet, l'alinéa 2 de l'article 1954 du code civil prévoit que les hôteliers sont responsables des objets laissés dans les véhicules stationnés sur les lieux dont ils ont la jouissance privative. Pour les vols commis sur le parking de l'établissement, l'hôtelier engage sa responsabilité à hauteur de 50 fois le prix de la chambre : pour une chambre à 30 E sa responsabilité est limitée à hauteur de 1 500 E.

L'hôtelier voit sa responsabilité engagée à partir du moment où il offre un parking en commodité à ses clients, peu importe que l'hôtelier soit propriétaire ou non de ce parking. L'élément déterminant est qu'il invite ses clients à se garer sur un lieu qu'il a prévu à cet effet. Quant aux panneaux mentionnant que "l'hôtelier n'est pas responsable en cas de vol ou de dommage causé sur le parking", ceux-ci n'ont pas de valeur et ne peuvent permettre à l'hôtelier de s'exonérer de sa responsabilité légale (Cass. civ. 22 février 2000).

Pour le vol du véhicule proprement dit, la jurisprudence considère traditionnellement que l'hôtelier est responsable sur la base de l'article 1953 du code civil à la seule condition que le client ait apporté son véhicule dans l'établissement, c'est-à-dire garé dans un lieu mis à la disposition des voyageurs par l'hôtelier. Sur la base de cet article, l'hôtelier est responsable cette fois à hauteur de 100 fois le prix de la chambre. En cas de vol du véhicule et des objets laissés à l'intérieur, l'indemnisation se fait sur la base uniquement du plafond de 100 fois le prix de la chambre. Les plafonds de l'indemnisation prévus par les articles 1953 et 1954 ne se cumulent pas (TGI Troyes 9 février 2000).

➔ Une question ? Allez sur le Blog des Experts de **Pascale Carbillet** 'Droit et réglementation en CHR (Baisse de la TVA inclus)' sur www.lhotellerie-restauration.fr

In Extenso

experts-comptables

Un leader de l'expertise comptable qui accompagne au quotidien plus de 5 000 hôteliers et restaurateurs

comptabilité • gestion • conseil • social et paies • juridique • audit •

Deloitte

www.inextenso.fr



Vos clients méritent le meilleur.



- Une nouvelle conception pour des monte-plats plus économiques alliant robustesse, sécurité et équipements de série.
- Adapté à votre activité, le monte-plats 2.0 peut également charger plaques, linge, bouteilles, paquets, courrier, etc.

Etna Fapel :

- 35 ans d'expérience
- Concepteur et fabricant
- Forte expertise et savoir-faire unique
- Intervention dans la France entière

etna fapel

L'expertise monte-charge
www.etnafapel.com - info@etnafapel.com
135 rue d'Erment - 95210 Saint Gratien - 01 34 05 28 28

DESTRUCTION D'ODEURS

PROBLEMES DE VOISINAGES, NUISANCES OLFACTIVES ? NOUS AVONS LA SOLUTION

Les odeurs persistantes et désagréables peuvent occasionner une gêne pour le voisinage. Nous vous proposons de résoudre ces nuisances olfactives avec les administrations.



Traitement de toutes les odeurs répétées : cuisine, égrais, locaux industriels, chambres fumées, parking, sentiers...

PROCÉDÉ BIOLOGIQUE EN HARMONIE AVEC L'ENVIRONNEMENT

Devenir client et références sur demande

CASH HOTELIER Tél : 04 74 08 78 71 Fax : 04 74 08 84 74 www.dso2002.com - mail@dso2002.com



Spécialiste en
Hôtellerie Restauration
depuis plus de 15 ans

Audit • Conseil • Formation • Accompagnement
à l'ouverture et Assistance à l'exploitation

Tel. : +33 (0)4 93 64 01 26 www.actifh.com

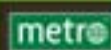
14 & 15 octobre 2010
Cnit Paris La Défense

vente à emporter
VAE expo
restauration urbaine & nomade

Des nouveautés
à emporter

le 14 octobre, 1^{er} Forum de la VAE

www.vaeexpo.com



CABINET D'EXPERTISE COMPTABLE IMPLANTÉ
EN ZONE TOURISTIQUE, VOUS APORTE
LE SUIVI SOCIAL, FISCAL, COMPTABLE
POUR VOTRE ENTREPRISE
ET ASSISTANCE À LA CRÉATION.

N'HÉSITEZ PAS À DEMANDER UN RENSEIGNEMENT
OU UNE LETTRE DE MISSION.

cabinettessier@fr.oleane.com

Tél. 04 66 69 06 29
Fax 04 66 69 08 97
39, avenue Fach
48300 Langogne

Une question ? Allez sur
les Blogs des Experts de Pascale Carbillet
sur www.lhotellerie-restauration.fr

Courrier des lecteurs & Blogs des Experts de Pascale Carbillet

Vous pouvez refuser un paiement par chèque

Après plusieurs chèques impayés, je voudrais réagir. Ai-je le droit de refuser un règlement par chèque à un client qui vient pour la première fois ?

Tablealex

Si vous refusez le paiement par chèque, vous devez afficher que vous refusez ce mode de paiement et pratiquer cette politique pour tous vos clients. Le chèque n'est pas une monnaie ayant cours légal. Les commerçants sont donc libres de refuser un chèque en paiement des produits ou travaux qu'ils fournissent, et ce, même s'il s'agit d'un chèque que la banque est obligée de payer, car il est d'un montant inférieur ou égal à 15 €, ou d'un chèque certifié qui bénéficie d'une garantie conventionnelle de paiement. Cependant, aux termes de l'article 1649 quater E bis du code général des impôts, les commerçants adhérant à un centre de gestion agréé sont tenus d'accepter les règlements par chèque, de les faire libeller à leur ordre, et de ne pas les endosser - sauf pour remise directe à l'encaissement. En revanche, si un commerçant ne fait pas partie d'un centre de

gestion agréé, il a parfaitement le droit de refuser le paiement par chèque. Mais dans la mesure où il s'agit d'un moyen habituel de paiement, le restaurateur qui refuse ce mode de paiement doit en informer clairement sa clientèle : il doit le faire figurer non seulement sur les cartes et menus, mais également le mentionner à l'extérieur de l'établissement de façon à ce que la clientèle soit informée de cette particularité avant d'y entrer.

Lire la suite de la discussion en tapant le mot-clé **12874B** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

➔ Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet 'Droit et réglementation en CHR (baisse de la TVA inclus)' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Afficher les chèques impayés des clients peut vous coûter cher

Est-il possible d'afficher sur la vitre du restaurant les chèques impayés ?

Tablealex

En raison des difficultés et du coût de recouvrement des chèques impayés, certains professionnels peuvent être tentés d'afficher les chèques impayés sur la devanture de leur établissement, afin d'inciter les mauvais payeurs à venir régler leurs dettes et dissuader d'autres clients de faire des chèques sans provision. Mais une telle pratique est interdite par la loi et peut coûter très cher au restaurateur. En effet l'article 226-22 du code pénal prévoit : "Le fait, par toute personne qui a recueilli, à l'occasion de leur enregistrement, de leur classement, de leur transmission ou d'une autre forme de traitement, des données à caractère personnel dont la divulgation aurait pour effet de porter atteinte à la considération de l'intéressé ou à l'intimité de sa vie privée, de porter, sans autorisation de l'intéressé, ces données à la connaissance d'un tiers qui n'a pas qualité pour les recevoir est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 300 000 E d'amende. La divulgation prévue à l'alinéa précédent est punie de trois ans d'emprisonnement et de 100 000 E d'amende lorsqu'elle a été commise par imprudence ou négligence. Dans les cas prévus aux deux alinéas précédents, la poursuite ne peut être exercée que sur plainte de la victime, de son représentant légal ou de ses ayants droit." Ce qui veut dire qu'en affichant le chèque impayé de ce client vous communiquez non seulement son nom, son adresse personnelle, mais aussi les coordonnées de son établissement bancaire, et son numéro de compte. La divulgation de ces données personnelles est passible de cinq ans

d'emprisonnement et de 300 000 E d'amende. De plus, l'auteur du chèque impayé dispose d'un recours devant les tribunaux civils pour demander la suppression de cet affichage et en outre obtenir des dommages et intérêts au nom du respect à la vie privée. En effet, l'article 9 du code civil prévoit pour sa part : "Chacun a droit au respect de sa vie privée. Les juges peuvent, sans préjudice de la réparation du dommage subi, prescrire toutes mesures, telles que séquestre, saisie et autres, propres à empêcher ou faire cesser une atteinte à l'intimité de la vie privée : ces mesures peuvent, s'il y a urgence, être ordonnées en référé." Pour l'anecdote, il y a quelques années, un magasin de vêtements avait affiché tous les chèques impayés de ses clients dans son sas d'entrée. Ce qui avait permis, selon le directeur de l'établissement, d'abaisser son taux d'impayés de l'ordre de 50 % et avait aussi incité certains débiteurs à venir régler leurs dettes. La pratique ayant été rendue publique par les médias, qui avaient par la même occasion rappelé les conséquences pour l'enseigne, celle-ci avait dû cesser l'affichage des chèques impayés.

Lire la suite de la discussion en tapant le mot-clé **12874B** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

➔ Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet 'Droit et réglementation en CHR (baisse de la TVA inclus)' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Quel est le code de référence de la convention collective des CHR ?

Pouvez-vous me donner les références de la convention collective des CHR qui s'applique à mon établissement, une brasserie ?

J. L. B. par courriel

La convention collective applicable à votre activité est la convention collective nationale des hôtels, cafés, restaurants du 30 avril 1997. Chaque convention collective bénéficie d'un code attribué par le ministère du Travail, il s'agit du code IDCC (identifiant de la convention collective). En effet, il peut être parfois difficile d'identifier correctement une convention collective en se repérant uniquement sur son titre plus ou moins long. Sans parler des conventions collectives ayant des intitulés

différents mais avec des similitudes suffisantes pour entraîner une confusion. En conséquence, l'utilisation d'un code unique permet une meilleure identification par les parties intéressées, employeur comme salarié. Le code IDCC de la convention collective des CHR du 30 avril 1997 est donc 1979. Mais attention ! Il ne faut pas confondre le code IDCC avec le numéro de la brochure du Journal officiel dans laquelle est publiée la convention qui est le n° 3992 pour le secteur des CHR.



RÉALISER LE BILAN CARBONE D'UN RESTAURANT

La méthode exemplaire de Léon de Bruxelles

L'enseigne spécialisée dans les plats de moules fournit un exemple très instructif en matière d'étude d'impact environnemental d'une entreprise de restauration et de plan d'amélioration concret pour réduire ce dernier.

Par Jean-Luc Fessard, directeur de 'Le Temps du Client' et auteur du Blog des Experts 'Développement durable en CHR'



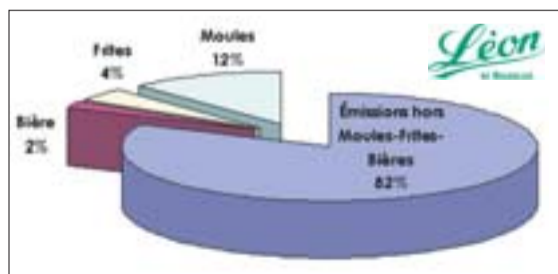
Le Bilan carbone® de Léon de Bruxelles montre que l'essentiel des émissions de CO₂ provient des activités externes aux restaurants.

Le Bilan carbone® est une méthode développée par l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) pour comptabiliser les émissions de gaz à effet de serre (GES) résultant de l'activité d'une entreprise. Les résultats obtenus sont traduits en tonnes d'équivalent CO₂. Cette méthode permet à un restaurateur qui souhaite inscrire son activité dans une approche de développement durable d'identifier les points critiques sur le plan énergétique de son activité et d'établir un plan d'amélioration.

Appliquée au sein de l'enseigne Léon de Bruxelles, cette méthode a permis de nombreux constats intéressants. Le Bilan carbone® a été réalisé par le cabinet Effet de levier en 2009 sur la base des chiffres 2008 des restaurants de Lisses (91), Villiers-sur-Marne (94) et du siège du groupe. Et selon les règles d'extrapolation habituelles du bilan carbone, il en a été déduit les résultats pour l'ensemble de la chaîne. Il apparaît tout de suite que l'essentiel des émissions de CO₂ provient des activités externes aux restaurants : les déplacements des clients comptent pour 13 % quand la production agroalimentaire s'élève à 43 %. L'activité du restaurant ne génère qu'une faible part des émissions (20 %). Mieux, les produits phare des restaurants Léon de Bruxelles - les moules, les frites et la bière - ont un impact très faible : seulement 18 % des émissions totales (incluant la fabrication, le transport et les emballages).

La moule : un excellent Bilan carbone®

C'est la divine surprise de ce bilan, la moule est un produit naturel qui a un excellent Bilan carbone®. C'est une très bonne source de protéines qui génère 40 fois moins de CO₂ qu'un kilo de bœuf et 100 fois moins qu'un kilo de veau. Tout aussi diététique, son impact est comparable à celui des légumes.



Elle se nourrit de phytoplancton, des micro-algues marines produites naturellement dans le milieu où elle vit, et ne nécessite aucun traitement chimique. La moule est facile à cultiver, très résistante aux maladies, les mytiliculteurs doivent simplement éviter de trop intensifier leurs parcs, parce qu'elle est très vorace.

Bâtir un plan d'action

Au-delà du constat, le Bilan carbone® n'a de mérite que s'il débouche sur un plan d'action. Ce que Léon de Bruxelles réalise avec succès. Les premiers résultats constatés par Mariannick Ozanne, la directrice du développement durable, sont à chercher par exemple,

du côté du siège de l'enseigne : une baisse de 12 % de la consommation d'énergie au siège, une baisse de consommation de 10 % du papier, une diminution de 30 % des impressions couleurs, un allègement de 22 % des imprimés publicitaires et une réduction de 11 % des frais de carburants. Dans les restaurants, les huiles usagées sont recueillies pour être recyclées. Un vaste programme de relamping et d'équipement de mousseurs réducteurs de débit sur l'ensemble des points d'eau a été entrepris. Les consommations d'énergie - pour 80 % d'entre elles - sont mesurées toutes les semaines pour analyser les évolutions et les réduire. Pour les sets de table, une réduction de 20 % du papier consommé a déjà été réalisée, ils sont par ailleurs imprimés avec le label Imprim'vert®.

Une taxe carbone en interne

Du côté des restaurants, afin d'encourager les initiatives, une taxe carbone de 0,1 % du chiffre d'affaires a été créée en interne en avril 2010. Les sommes ainsi générées sont mutualisées pour financer les investissements requis pour mener à bien les actions décidées par les restaurants. À ce jour, 25 % des 56 restaurants sont fortement impliqués dans la démarche. Les nouveaux restaurants (Creil, Metz, Besançon) ont été systématiquement équipés de chauffe-eau solaire avec une isolation renforcée. Deux d'entre eux bénéficient aussi d'un système de récupération d'eau de pluie.

Agir sur les approvisionnements

Il est plus délicat d'agir sur les émissions indirectes. Sur ce plan, Léon de Bruxelles bénéficie d'un temps d'avance : dès 2004, Michel Morin, le

président de son directoire, avait mis en place un plan d'action qui avait divisé le nombre de livraisons par trois. Depuis, les efforts portent surtout sur la sélection des fournisseurs qui, tous, sont aujourd'hui, impliqués dans des démarches de développement durable. Le plus emblématique d'entre eux est Médithau. Cette société fournit environ le quart des 3 000 tonnes de moules consommées annuellement par Léon de Bruxelles. Florent Tarbouchiech, qui dirige cette PME, s'est depuis de nombreuses années investi dans la réduction de l'impact environnemental de l'entreprise et pour la préservation de la biodiversité dans sa zone de production, l'étang de Thau. Médithau s'est par exemple équipée d'un système très performant de traitement et d'assainissement de l'eau qui sert à éliminer les déchets naturels issus de la production des moules. Le volume traité n'est pas négligeable puisque 300 m³ d'eau propre par heure sont ainsi rejetés dans l'étang. Déjà certifiée ISO 9001 et 22000, l'entreprise approfondit son engagement dans le développement durable avec la démarche AFAQ millénaire (1 000 NR).

Plusieurs projets sont en cours : travail sur le recyclage des emballages et des cordes pour la production des moules, méthanisation des déchets de coquilles... Michel Morin conclut : "La construction d'un restaurant, puis son exploitation offrent de multiples possibilités d'action, grandes ou petites, structurelles ou comportementales, afin de réduire la signature écologique de notre activité commerciale."

WWW.LEON-DE-BRUXELLES.FR

Créez et traduisez vos cartes & menus
en quelques minutes avec



**Menu
DESIGNER**
logiciel de création de cartes & menus

Menu DESIGNER est aujourd'hui le logiciel d'édition et de traduction de cartes et menus le plus performant sur le marché. Il offre en standard tous les éléments nécessaires à la création, traduction, impression et diffusion de vos cartes ou menus.

- Traduction des cartes/menus en 7 langues
- Plus de 100 fonctions spécifiques à la création de cartes et menus
- Plus de 10 000 ressources (images, cadres, modèles ...) vous permettent d'agrémenter vos présentations
- Création automatique via un assistant qui vous guide pas à pas dans votre carte en quelques clics
- Mais aussi une mise en page manuelle simple et puissante par "glisser-déposer"

250€ HT
soit 299€ TTC

Contactez-nous au
04 92 28 26 60
www.mdb-multimedia.fr

MdB multimédia
Parc technologique d'argile
118 avenue de la Quiléra
06370 Mouans-Sartoux

MdB multimédia
Espace Clichy
38 rue Mozart
92587 Clichy Cedex
mdb@mdb-multimedia.fr

MdB multimédia
Les allées François Truffaut
17 rue Denise Grey
93850 Saint Maurice (C'Exil)

EN BREF

Stages Escoffier :
le nouveau cycle
2010/2011

Le conseil culinaire et pédagogique de la fondation Escoffier, placé sous le patronage d'**Alain Ducasse** et **Patrick Sciard**, présente son nouveau cycle de stages de cuisine à destination des professionnels. Les maîtres de stage retenus pour cet automne sont : **Alain Reix, J.-C. Vitte, Thierry Tiercelin, Thierry Baucher, Guillaume Boyer, Christophe Felder**. Chacun assurera un stage de deux jours. Les thématiques portent en octobre sur les bas morceaux et les abats, les desserts à l'assiette, puis en novembre sur la cuisine des poissons et crustacés, les légumes oubliés ; la cuisine des poissons ; la création de desserts du jour. La nouveauté réside dans la mise en place d'un stage pour épicuriens gastronomes confié à l'équipe d'**Alain Ducasse**. Intitulé Escoffier Gastro/Ludique, il se déroulera au sein de l'école de cuisine parisienne. Les dates restent à déterminer. **Musée Escoffier**
3 rue Escoffier
06270 Villeneuve-Loubet
www.fondation-escoffier.org
Tél. : 04 93 20 80 51

FORT DE 20 CASINOS, 21 RESTAURANTS ET 1 500 COLLABORATEURS

Joagroupe signe un partenariat avec l'Institut Paul Bocuse

Avec ce nouveau partenariat signé le 21 septembre par Laurent Lassiàz, président du directoire de Joagroupe, et Hervé Fleury, directeur général de l'Institut Paul Bocuse, le groupe lyonnais de casinos entend développer son secteur restauration.

Troisième opérateur français de casinos, derrière les groupes Barrière et Partouche, avec 20 casinos, 21 restaurants, 1 500 collaborateurs et 215 ME de chiffre d'affaires brut, Joagroupe se veut, selon le président de son directoire, **Laurent Lassiàz**, "la marque qui se détachera des autres pour rajeunir un métier traditionnel et vieillissant, en changeant le regard des gens sur le casino". En effet, entre contrôle d'identité à l'entrée, loi anti-tabac, et crise économique, la fréquentation des établissements du secteur semble être en perte de vitesse depuis 2007. Dans un tel contexte, Joagroupe, qui dispose déjà d'une offre large en restauration, mise sur un développement en deux phases de ses activités périphériques qui constituent 20 % du chiffre d'affaires.

Trois axes

La première phase, mise en œuvre depuis deux ans, consiste en une dynamisation de son offre en restauration. Celle-ci passe par des recrutements, notamment celui de **Laurent Trabalzini**, directeur de la restauration, la rénovation de l'ensemble des restaurants, une nouvelle sélection de vins, la création d'un menu du nom de JOA. La seconde phase s'articule autour du partenariat avec l'Institut Paul Bocuse (IPB) via trois axes : la formation des chefs de cuisine (2 jours à



Hervé Fleury et Laurent Lassiàz ont signé, le 21 septembre, le nouveau partenariat entre l'Institut Paul Bocuse et Joagroupe.

l'Institut et trois fois 2 jours sur six mois dans les cuisines des Joacasinos avec la visite d'un chef de l'IPB), un concours de jeunes talents à l'intention des seconds de cuisine des restaurants du groupe et enfin une carte des vins élaborées sur les conseils du sommelier de l'IPB.

L'Institut Bocuse, représenté par son directeur général **Hervé Fleury**, devrait en tirer lui aussi des avantages autres que financiers. "Nos étudiants pourront faire des stages dans les établissements de Joagroupe", déclare-t-il.

Sonia Delzongle

WWW.JOA-GROUPE.COM

UN PROJET DE 717 000 €

Le centre de formation du Pays d'Aix se met au vert

Aix-en-Provence (13) Avec 970 apprentis, dont 320 dans les métiers du goût, l'établissement a décidé d'adopter une démarche développement durable. Une stratégie de responsabilisation où le bio, la cuisine diététique, les produits locaux et de saison ont toute leur place.

Ce n'est pas un hasard si le slogan du CFA en direction de ses apprentis est "prenez votre avenir en main". Pour **Dominique Bindler**, directeur, et son équipe d'encadrement, il représente les valeurs de responsabilité, de travail, de partage qu'ils entendent communiquer à leurs apprentis. Aussi, quand le conseil régional a lancé un appel à projet sur le développement durable, ils ont décidé d'y répondre. Dominique Bindler : "Nous avons constitué un groupe de réflexion puis recensé et chiffré l'ensemble des actions possibles. Les propositions, d'un montant total de 717 000 €, touchent à la fois le bâti, l'environnement, les économies d'énergie et les actions pédagogiques. Elles ne seront pas réalisables immédiatement mais elles déterminent un cap, une conduite à tenir pour les prochaines années." Au programme : panneaux photovoltaïques, eau chaude solaire, installation de minuteriers, récupération des eaux pluviales, tri et gestion des déchets... mais aussi installation de ruches, création d'un jardin avec des plantes aromatiques, de menus et d'une carte de vins bio, choix de producteurs locaux du type Amap (Association pour le maintien d'une agriculture de proximité), composteur de produits alimentaires...

"Communiquer un état d'esprit"

Dominique Bindler poursuit : "Je souhaite organiser des conférences pour sensibiliser nos jeunes, ainsi que des sorties pédagogiques au marché de producteurs. Si nous pouvons aussi donner des cours de diététique pour lutter contre la malbouffe et l'obésité, ce serait parfait. Si le CFA a pour fonction de conduire les



Deux élèves de CAP cuisine avec Paul Dietrich, professeur et Dominique Bindler, directeur du CFA.

jeunes à un diplôme, il doit aussi leur communiquer un état d'esprit."

En outre, le CFA, qui est géré par la communauté du Pays d'Aix, poursuit sa politique d'investissement. Il inaugure ce mois-ci un atelier de boulangerie rénové et souhaiterait se lancer dans des travaux d'extension. Il souhaite aussi résoudre l'épineux problème des ruptures de contrats dans les métiers de la salle.

Dominique Fonsèque-Nathan

CFA DU PAYS D'AIX
7 RUE DU CHÂTEAU DE L'HORLOGE
13090 AIX-EN-PROVENCE
TÉL. : 04 42 29 61 11
CFA@AGGLO-PAYSDAIX.FR

I ♥ Vending canteen
Etes-vous prêt pour ça !

Distributeur d'idées !

Vending PARIS

27 Oct. - 29 Oct. 2010
Paris • Porte de Versailles • Pavillon 4
Le Rendez-vous International de la Distribution Automatique

Votre badge gratuit sur www.vendingparis.com

Organisé par **Reed Expositions** Partenaire Officiel **NAVSA**

Avec le salon **SIAHM**, créez « **LESTENDANCES** » pour l'hôtellerie, la restauration et les cafés.

Siahm 2010
LILLE | 17 > 19
GRANDPALAIS | OCTOBRE

Imprimez votre badge d'accès gratuit sur www.salon-siahm.com

"UN LANGAGE PERPÉTUEL D'INNOVATIONS"

Pour Hubert Vilmer, la restauration rapide est "obligée de coller à la réalité des clients"

Élu en mai dernier à la présidence du Snarr (Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide), Hubert Vilmer, également directeur des flux du groupe Quick, revendique une restauration rapide dynamique, moderne, en phase avec les nouvelles générations de consommateurs.

Propos recueillis par Sylvie Soubes

L'Hotellerie Restauration : Qui sont aujourd'hui les adhérents du Snarr et comment se comporte ce marché ?

Hubert Vilmer : Nous regroupons des activités très variées, qui vont du sandwich froid au chaud, tel que le hamburger, de la livraison à domicile aux chaînes comme Starbucks ou Exki, qui est une enseigne d'origine belge à tendance bio et agriculture raisonnée. Je voudrais rappeler que plus de 65 % du chiffre d'affaires de nos adhérents n'a pas été impacté par la baisse de la TVA ; en revanche, nos enseignes doivent verser la cotisation supplémentaire de 0,12 % du chiffre d'affaires... Nous sommes de nouveau dans une phase de développement, même si nous avons été moins touchés par la crise que la restauration traditionnelle. Le ticket moyen a toutefois baissé. Quand il y a 600 000 chômeurs de plus, le premier réflexe n'est pas d'aller au restaurant. Nos établissements sont, pour beaucoup de nos clients, une vraie sortie. L'indicateur phare, cette année, c'est la création d'emplois. Nous ne sommes pas dans du turnover mais bien dans la création de postes.

La restauration rapide n'a pas l'image qu'elle mérite, selon vous.

Sortir de l'image d'Épinal qui stigmatise notre secteur est effectivement l'un des axes de mon mandat. Les années 1980 sont loin. Nous sommes en pointe dans la sécurité alimentaire. Tout est normé, avec des processus de fabrication précis et rigoureux. C'est un secteur qui croît avec la franchise et le capital, c'est la marque. Si tout n'était pas extrêmement contrôlé et encadré, tout le réseau en pâtirait.



Le Snarr, c'est...

- 3 000 établissements
- 130 enseignes
- 1 250 adhérents
- 90 000 salariés
- 5,2 milliards d'euros de CA en 2009 hors taxes

Hubert Vilmer, président du Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide (Snarr).

Quel est le poids de la formation dans votre secteur ?

Nous sommes très engagés en terme de formation. On nous reconnaît le sens du service, ne l'oubliez pas. Un certain nombre de nos adhérents possèdent des instituts de formation intégrés. Là encore, la franchise nous oblige à avoir un standard de qualité régulier et maintenu. Si vous voulez retrouver le même service, le même sourire partout, il faut de la formation. Nous revendiquons la notion d'ascenseur social. 75 % de nos directeurs ont commencé comme équipier. Cela impose qu'il y ait un cursus de formation. On ne dirige pas 30 à 50 personnes sans un bagage cohérent. Il faut pouvoir connaître le social, le management, le droit du travail, la sécurité. Les services de contrôle sont extrêmement pointilleux avec nous.

Quels sont vos autres grands chantiers ?

Nous travaillons énormément sur la nutrition et l'environnement. Je suis en train de réunir toutes les initiatives faites par nos adhérents. Toutes nos enseignes ont, par exemple, fait leur bilan carbone. Le Snarr a signé, par ailleurs, un accord avec l'Association des maires de France pour améliorer le ramassage des emballages de la vente à emporter à l'extérieur et c'est en train de se mettre en place. Le restaurant définit un périmètre de

propreté dans lequel il s'engage à ramasser les emballages, à installer des poubelles et à sensibiliser le consommateur aux gestes citoyens. Les enseignes planchent aussi sur la réduction des emballages. La ville, de son côté, rajoute des poubelles, notamment pour les voitures. Ce sont des engagements responsables. Le Snarr représente une restauration moderne. Je suis également président de l'EMRA (European Modern Restaurant Association), qui est l'association des formes modernes de restauration en Europe et, nous le constatons, la restauration rapide est un lieu de vie. Il y a un accueil et nous répondons à un mode de vie, qu'il soit déambulatoire ou sédentaire. N'oublions pas que nous nous adressons à une clientèle jeune et familiale. Nous sommes obligés de coller à la réalité des clients, aux nouvelles générations. Nous devons être dans un langage perpétuel d'innovations.

La qualité est-elle au rendez-vous ?

La qualité est là. Une fois encore, nous revenons au problème de l'image, qui n'est pas la réalité. Quand on met en place des normes drastiques, quasi industrielles, de contrôles, vous n'allez pas acheter n'importe quoi, n'importe où. Vous demandez à vos fournisseurs les mêmes normes. D'autre part, ce n'est pas parce que vous mangez un sandwich que votre palais perd ses repères gustatifs... La restauration rapide, c'est un rapport 'quantité, qualité, prix et service'. Aucune enseigne ne survivrait à un produit qui ne soit pas bon. Nous sommes dans un secteur porteur, dynamique, en extension et je vais m'employer, en tant que président du Snarr, à lui apporter la visibilité et la lisibilité qui doivent être les siennes.

WWW.SNARR.FR

LES CAFETIERS PLÉBISCITENT LE MODÈLE CATALAN

La CPIH rouvre le dossier des machines à sous récréatives

Nantes (44) Réuni dans les locaux du Club Pernod, le groupement des cafetiers de la CPIH, présidé par Roland Croisé, est revenu sur une revendication de longue date de la profession : la possibilité d'installer des machines à mises et gains limitées dans les bistros.

Les derniers échanges officiels de courrier avec les pouvoirs publics datent de 2008. **Michèle Alliot-Marie**, à l'époque ministre de l'Intérieur, estime alors qu'une "légalisation de ces appareils dans les débits de boissons serait contraire à la politique de prévention menée par le Gouvernement contre l'addiction aux jeux et de lutte efficace contre la grande délinquance présente dans ce secteur d'activité". Une réponse qui va profondément agacer **François Effling** et **Michel Ocharde**, alors respectivement président et vice-président de la CPIH Loire-Atlantique, à l'origine de la demande. Et de reprendre la plume en ces termes : "L'addiction que vous soulevez au nom de la santé publique ne saurait constituer un moyen sérieux pour refuser un examen plus approfondi du sujet. C'est une banalité que de rappeler la situation de la Française

des Jeux, contrôlée à 72 % par l'État, qui annonce une santé insolente, avec 9,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2007, lequel a ainsi triplé en quinze ans. (...) D'autre part, l'insécurité que vous soulevez ne saurait provenir d'une industrie fabriquant des machines contrôlées par un laboratoire indépendant et dont l'exploitation serait soumise à la délivrance d'une licence que pourraient gérer les mairies (modèle espagnol)". En Catalogne, on trouve des machines ayant une mise limitée à 20 centimes d'euros, pour un temps de partie qui ne peut être inférieure à 5 secondes. Le gain maximum ne peut être supérieur à 400 fois la mise, soit 80 E. Or, rappelle Michel Ocharde, seul "l'impact d'un gros gain amène à l'addiction". Quant à la grande délinquance, celle-ci est concernée uniquement parce qu'il y a interdiction, considèrent les dirigeants du groupement.



De g. à d. : **Françoise Vivier** (CPIH 16), **Adrien Laurendeau** (CPIH 86), **Michel Ocharde**, **Pascal Gendron** (CPIH 52), **François Effling** (actuel président des saisonniers de la CPIH), **Jean-Patrick Manoeuvrier** (l'automatique), **Yvonnick Briand** (président de la CPIH 44), **Christophe Robin** (délégué des discothèques CPIH) et **Roland Croisé**.

En Espagne, selon les chiffres du président d'Euroamat, **Eduardo Antoja**, la légalisation des machines récréatives a permis de sauver 15 000 bistros. Elle a créé 15 000 emplois directs et l'État encaisse annuellement 756 ME pour un parc de 210 000 machines. En Belgique, où ces machines sont

aussi autorisées, le rapport moyen mensuel par matériel pour un débitant est de 1 000 E. "Nous sommes un des deux derniers pays européens à camper sur cet interdit", s'insurge **Roland Croisé** qui a décidé, avec ses troupes, de repartir au combat, fort de ce nouveau slogan : "Faisons entrer l'Europe dans nos établissements". **Sy. S.**



"MES DESSERTS, J'EN SUIS FIÈRE"

Louise Denisot
Photographies
d'Emmanuel Renault
Éditions Albin Michel
Prix : 7,90 €

lhotellerie-restauration.fr



RECETTE DU CHEF

Agneau de 7 heures au pistou de menthe et huile d'argan, pot-au-feu de légumes et fruits au jus d'agrumes et réglisse

PAR MENAD BERKANI, CHEF EXÉCUTIF SOFITEL MEDINA BEACH & SPA, ESSAOUIRA, MAROC



Ingrédients pour 4 personnes

Agneau

- 1 kg d'épaule ou de gigot d'agneau
- 0,250 kg d'oignons
- 2 gousses d'ail
- 1 bouquet garni
- 0,250 kg de carottes
- 1 poireau
- 0,250 kg de navets
- 2 bâtons de cannelle
- Poivre long de Jamaïque

Pot-au-feu

- 0,250 kg de carottes
- 0,250 kg de navets
- 0,250 kg de courgettes
- 0,250 kg de céleri rave

- 0,250 kg de pommes golden
- 0,250 kg de pruneaux secs
- 1 kg d'oranges
- 0,100 kg de citron vert
- 0,100 kg de bonbons réglisse
- Safran
- 1/2 l de jus de volaille
- 1 cuillerée à café de sucre
- Sel, poivre

Pistou de menthe

- 1 botte de menthe fraîche
- 0,100 kg d'amandes en poudre
- 0,050 kg de miel
- 1 jus de citron
- 0,10 l d'huile d'argan

Progression

Cuire l'agneau

- Éplucher, tailler les légumes en mirepoix.
- Disposer l'agneau, les légumes et les assaisonnements dans une russe ou un rondau, couvrir et laisser cuire à feu doux ou au four à 110 °C pendant sept heures.
- Récupérer la viande, effeuiller les chairs et réserver.

Confectionner le pot-au-feu

- Éplucher et tailler les légumes en biseaux.
- Dans une casserole, réunir le jus des agrumes, le jus de volaille, le safran, les assaisonnements et les légumes.
- Cuire les légumes 'al dente', les récupérer et réserver.
- Réduire le bouillon de cuisson de moitié, vérifier l'assaisonnement et réserver.
- Préparer le pistou.

- Mettre tous les éléments dans un blender et mixer finement avec de l'assaisonnement.
- Frire quelques secondes les bonbons de réglisse et les enrouler aussitôt autour d'un tube.

Dressage

- Assaisonner la chair d'agneau avec du pistou et la mouler dans les assiettes dans des rectangles inox de 12 x 4 cm.
- Poser un ressort de réglisse dessus ainsi qu'un quartier de pomme, répartir les légumes autour et quelques gouttes de jus d'agrumes.
- Décorer de feuilles de menthe frites et servir accompagné du jus d'agrumes et du pistou en saucières séparées.

Du fondant et des saveurs délicieuses.

Vin conseillé : un Barco Negro du Douro 2007.



Retrouvez Marcel Mattiussi, auteur du Blog des Experts 'Recettes de chef à chef' : sur www.lhotellerie-restauration.fr cliquez sur 'Blogs des experts'

ENVOYEZ-NOUS LES RECETTES DONT VOUS ÊTES FIER

Celles-ci seront publiées dans le Blog des Experts 'Recettes de chef à chef' et les recettes coup de cœur de L'Hôtellerie Restauration seront publiées dans le journal. Un bon moyen pour se faire connaître. Vous pouvez faire parvenir vos recettes (avec ou sans photo), ainsi que vos vidéos, à :

L'Hôtellerie Restauration - Recettes de chef à chef
5 rue Antoine Bourdelle - 75737 Paris CEDEX 15
Tél. : 01 45 48 64 64 - Fax : 01 45 48 04 23
Courriel : dechefachef@lhotellerie-restauration.fr



Sortie du beaune Clos des Mouches premier cru chardonnay 2007 de la maison Chanson

Chanson possède 4,5 hectares en Clos des Mouches. Un petit bijou fait vignoble. La parcelle se situe au cœur de l'appellation sur les coteaux du Mont Saint-Désiré orienté sud-est, au sud du vignoble de Beaune, en bordure des premiers crus de pomard. La cuvée 2007 est prête à être découverte.

Vendanges et élevage :

Retour en 2007 : après un début d'été en demi-teinte, le beau temps s'est installé fin août avec un ensoleillement exceptionnel associé à un vent du nord très frais qui a favorisé la concentration des raisins et bloqué le risque de pourriture en renforçant l'acidité, vecteur qualitatif des grands vins. Les vendanges manuelles et un tri rigoureux ont permis de vinifier uniquement des raisins parfaitement sains et à pleine maturité.

Un pressurage doux et ménagé a permis d'extraire exclusivement les jus les plus purs et les plus qualitatifs. L'élevage méticuleux en fûts de chêne pendant quatorze mois donne à ce vin ce supplément d'onctuosité qui équilibre l'acidité.

Dégustation :

D'une jolie couleur or, ce Clos des Mouches se révèle sur des notes de tilleul et des arômes de fruits exotiques (mangue), rehaussé par une minéralité très subtile. Complexe, concentré et bien structuré, il développe en bouche une belle pureté aromatique sous-tendue par une minéralité en filigrane, soulignée par une acidité bien intégrée et un boisé subtil. Belle amplitude pour finir.

www.domaine-chanson.com



Panache et élégance sont au rendez-vous du Clos des Mouches 2007 de Domaine Chanson.

La maison Pol Roger sort sa cuvée prestige

Pol Roger

annonce la sortie de sa cuvée Winston Churchill millésimée 1999. Produit en très petite quantité, ce millésime 1999 a mûri dix ans dans les caves d'Épernay avant de voir le jour. Cette cuvée prestige est réalisée avec des raisins issus des grands crus de pinot noir et de chardonnay. Au nez, il dégage des arômes grillés avec des notes minérales (écorces de citron, poivre blanc, gingembre). En bouche, ce champagne est structuré et franc, avec une touche minérale. Il est disponible directement auprès des Champagnes Pol Roger. Son prix est de 166 euros.

Par ailleurs, pour célébrer son 150^e millésime, Pol Roger présente pour l'occasion cette cuvée 1999 en jéroboam (3 litres), dans un coffret en bois. Il s'agit d'une édition limitée : 100 coffrets mis en vente dans le monde entier, dont seulement quelques exemplaires en France, à partir de septembre. Prix : 1 000 euros.



Cuvée Sir Winston Churchill brut millésimé 1999 : 166 €.

UN NOUVEL HYMNE AU QUATRE SAISONS

Nouvelle Sélection des brasseurs de Kronenbourg : un brassin harmonieux et généreux

Sélection des brasseurs de Kronenbourg célèbre l'automne avec une bière dont la recette est signée par le maître brasseur Stéphane Henry.



De g. à d. : Stéphane Henry, Jean-François Piège (Thoumieux), Laurence Gutfreund, maître brasseur, Sylvie Lienhart, Christian Le Squer et Dominique Félix, maître brasseur, lors de la présentation du brassin automne 2010 au Pavillon Ledoyen.

Après une bière estivale tout en fraîcheur et fruité, concoctée par Sylvie Lienhart, l'automne laisse place à un brassin aux saveurs amples et flatteuses, signé Stéphane Henry. La collection Kronenbourg Sélection des brasseurs se poursuit. Lancée en début d'année, cette gamme est un hymne aux quatre périodes calendaires. Désormais, sur les zincs et sur les tables de 4 000 établissements, à chaque nouvelle saison, une nouvelle bière. À l'origine, il y a la volonté des dirigeants du groupe de mettre en avant le travail des maîtres brasseurs qui perpétuent un savoir-faire né il y a 345 ans, en s'appuyant sur une "sélection rigoureuse d'ingrédients 100 % issus de la nature." Car la bière est une boisson entièrement naturelle, élaborée avec de l'eau "qui doit être d'une pureté et d'une composition minérale irréprochable", des variétés de malt et de houblon différentes selon l'inspiration et de la levure, "le secret du brasseur qui déterminera la typicité aromatique de la boisson." Interrogé sur les caractéristiques de la Sélection d'automne 2010, Stéphane Henry

Association mets et bière

Christian Le Squer, triple étoilé Michelin au Pavillon Ledoyen, à Paris, réalise de très belles associations autour de ce brassin. Tartare crustacés, veau, jus de carapace à la vanille, Grillade de pigeon laqué de soja acidulé et Chocolat noir au lait de caramel.

dévoile : "Pour ce brassin, nous avons voulu jouer avec les couleurs de l'automne et avec des ingrédients révélant l'intensité de la saison tout en veillant à conserver le goût équilibré de Kronenbourg." Pas question, ici, d'employer le terme industriel. À l'image du vin, les étapes de fabrication avancent après dégustation et réflexion. Lorsque la bière est prête, nous devons pouvoir en reconnaître les différents caractères et les décrire en faisant appel à nos cinq sens. Nous suivons ainsi en permanence tous les paramètres de la naissance de la bière jusqu'à son départ vers le consommateur", conclut Stéphane Henry.

RÉCONCILIER HYDRATATION ET NUTRITION

Nesfluid, boisson new age au service de l'hydratation

En octobre, Nestlé lance Nesfluid, un produit qui devance les attentes d'une clientèle jeune et urbaine.

Le produit sort en octobre et se destine au circuit GMS, mais il interpelle. Si son schéma paraît éloigné de la restauration, il correspond à un état d'esprit auquel aspire le consommateur. À l'origine, ce constat : "Bien que nous ayons parfois tendance à les considérer séparément, l'hydratation et la nutrition sont non seulement clés pour notre bien-être mais également complémentaires. Une bonne hydratation permet notamment de transporter les nutriments dans le corps ou de faciliter la circulation. Et une bonne nutrition contribue à nous apporter l'énergie et les nutriments essentiels à notre organisme." Une analyse qui a été obtenue après plusieurs enquêtes détaillées auprès des consommateurs sur leurs attentes. Les équipes de Nesfluid ont alors décidé de "réconcilier en un seul geste hydratation et nutrition" en créant une gamme "au service de l'hydratation". Un terme créé pour l'occasion et qui représente une réponse "aux contraintes de la vie moderne en réconciliant bien-être, praticité et plaisir au quotidien".

Une saveur égale une thématique

Il est intéressant de voir combien l'aspect plaisir est fort chez le consommateur. Évidemment, la boisson se place dans un contexte urbain. Une cible identifiée avec toutefois une volonté de niche. En effet, dans cette gamme, chaque saveur est associée à une thématique. Renforce, qui contient de la vitamine D, du calcium, du phosphore est associé à l'éveil musical, à l'éveil de l'enfant, aux besoins de l'imagination. Rayonne, aux fruits rouges, porte sur le renforcement musculaire. Vitalise, à base de vitamine C et de guarana, se rapproche du kick-boxing, mélange de boxes française et thaï qui réclame souplesse et vitalité. Protect renferme de la grenade, du zinc, du sélénium et vient chatouiller les neurones. Équilibre, gorgée de citron et de vitamines C s'inscrit, contrairement aux idées reçues, dans la sophrologie et la relaxation.



Nesfluid, une gamme à base d'eau de coco, de jus de fruits, d'extraits de plantes, de vitamines, de minéraux, garantie sans conservateurs. Urbain attitude !

Dernière saveur : Body, à base de thé vert, de café vert, d'ananas, que l'on associe au swiss-ball, des exercices qui se font à l'aide d'un ballon et agissent sur le corps dans sa globalité. Bien joli, nous direz-vous, mais quel peut être le lien avec la restauration au-delà des spas et autres centres de remise en forme ? Eh bien, la prise de conscience par les professionnels que le consommateur moderne a dans ses valeurs plaisirs non seulement le gustatif - les produits proposés sont réussis en bouche - mais aussi un besoin de s'approprier son corps sur la durée, de manière personnalisée et ludique.

Retrouver les principales données de l'enquête Ifop/Nesfluid en tapant le mot-clé **RTR510718** sur www.lhotellerie-restauration.fr.



EN BREF

650 personnes ont assisté à La Part des Anges



Un cognac d'exception signé Martell (Pernod) s'est vendu 7 100 E.

Cognac (16) La Part des Anges a tenu sa 5^e édition à Cognac. Une soirée d'exception dédiée au cognac et aux autres spiritueux. Elle a réuni cette année 650 personnes, professionnels, amateurs éclairés, dégustateurs, collectionneurs passionnés. "24 incroyables flacons, pièces uniques pour certaines ou en série très limitée, offertes par des maisons de Cognac et mises aux enchères ont trouvé preneur sous le marteau de maître Gérard-Tasset. La totalité des lots a été dispersée pour un total de plus de 71 000 E et ce en une heure à peine", se félicitent les dirigeants du Bureau national interprofessionnel du cognac (BNIC). Parmi les flacons, une bouteille Martell Edition s'est vendue pour 7 100 E. Les sommes recueillies seront reversées au profit de l'Institut de France (domaine de Chantilly) et de l'association Solidarité urgence, précise le BNIC. L'opération est également l'occasion pour la profession d'honorer 'trois anges', des personnalités qui défendent le cognac à travers le monde. L'International Cognac Writer a ainsi été décerné à Jörg Zipprick pour son livre Die Welt des Cognacs, premier ouvrage dédié au cognac en langue allemande depuis vingt-cinq ans. L'International Cognac Personality à Flavien Desoblin, un jeune Français, qui a mis le cognac à l'honneur dans sa Brandy Library à New York. Et le Lifetime Achievement Award à Nicholas Faith, auteur du livre Le Cognac en 2004, pour sa connaissance et sa vision du cognac et de sa région.

RUBRIQUE ANIMÉE
PAR
SYLVIE SOUBES

HygiAlim
HYGIÈNE ET SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Retrouvez nos promotions en ligne !

www.hygi ALIM.com

Tél. : 02 99 35 64 50 - Fax : 02 99 65 24 49

Orderman Sol : une révolution dans la prise de commande par radio

Le concept de prise de commande par radio a révolutionné la restauration grâce au gain de temps qu'elle génère et la gestion plus productive du personnel. Les commandes sont directement saisies à la table du client sur une télécommande et transmises à la cuisine ou au bar par liaison radio. Le serveur n'a plus qu'à chercher



les plats et les boissons et à les servir. L'addition peut être imprimée à table et une fonction supplémentaire permet même le règlement par carte de crédit. Le personnel de service ne se déplace plus inutilement, évite les temps d'attente et sert ainsi mieux les clients et plus rapidement.

WWW.ORDERMAN.COM

Le Presse-Citron Press-Art distribué chez Ecotel et Chomette Favor



Ce presse-citron individuel de table accompagne les présentations dans l'assiette, sur table ou en buffet. Il est très esthétique et impressionnera les clients les plus exigeants tant par sa simplicité d'utilisation que par son efficacité. Adieu doigts collants, éclaboussures et taches... Une demi-rondelle pressée avec cet appareil rend autant de jus qu'un quart, voire un demi-citron pressé à la main. Très facile à utiliser, il permet un dosage précis

laissant à chacun le choix de son assaisonnement. Produit de fabrication française (Annecy - 74), le presse-citron Press-Art est composé d'une résine alimentaire de dernière génération, le copolyester. Ce matériau résiste tant aux agressions du citron qu'à celles des détergents de lave-vaisselles industriels, et est recyclable à 100 %.

WWW.ECOTEL.FR

Debic, une gâchette pratique pour une présentation impeccable

Aujourd'hui, la crème est diffusée avec précision grâce à la douille professionnelle Decbic, disponible avec une gâchette encore plus pratique. Une technicité 2010 développée exclusivement pour les professionnels. Le diffuseur, ainsi remodelé, augmente assurément le confort d'utilisation. Il permet un travail plus confortable pour un service parfait. Cette dernière est conçue pour une hygiène maximale et est facile à nettoyer.

WWW.DEBIC.COM



La 1^{re} pierre du centre de formation de Davigel est posée



Le Centre d'expertise et de formation culinaire est l'un des grands projets de Davigel pour la période 2010-2011. Il

accueillera les formations de la marque Formation & Expertise destinées aux professionnels de la restauration. Son ouverture est prévue début 2011. Le centre est déjà certifié HQE pour les étapes de programmation et de conception. Destiné à être un lieu d'échange de savoir-faire culinaire, il intégrera également les chefs des équipes Davigel en charge des développements produits.

WWW.DAVIGEL.FR

Maille présente ses deux nouveautés Sauce Vinaigrette

Maille propose deux nouveautés dans sa gamme de sauces vinaigrette. La Sauce Vinaigrette fruit de la passion, au jus de fruit de la passion et zestes de mandarine : une recette très fruitée pour de nouvelles applications (sucrées notamment). Une recette exotique agissant comme un appel à la créativité des chefs. Sa jolie couleur orange-passion met en valeur les saveurs et couleurs d'un plat de qualité.

Enfin, la Sauce Vinaigrette Jalapeno gingembre, au piment doux Jalapeno, gingembre et citron : une recette comportant des notes asiatiques (gingembre, coriandre, citronnelle). Un goût unique sur le marché : combinaison de la douceur du gingembre et de la subtilité du piment Jalapeno. Une jolie couleur rouge qui met en valeur les saveurs d'un plat de qualité. Ces sauces vinaigrette sont conçues par des chefs pour garantir le respect des goûts, l'association des saveurs et l'aspect du fait maison.

WWW.UNILEVERFOODSOLUTIONS.FR

Sauce
Vinaigrette fruit
de la passion au
jus de fruit de la
passion et zestes
de mandarine.



Sauce
Vinaigrette
Jalapeno
gingembre, au
piment doux
Jalapeno,
gingembre et
citron.



Les fleurs de jasmin comestibles par Koppert Cr



Le jasmin est surtout connu comme ingrédient pour le thé mais il peut être utilisé de multiples façons. Il se marie très bien avec des plats salés comme les crustacés et fruits de mer, le foie gras ou un consommé de homard. À basse température, on peut en extraire le goût. En

infusion chaude, la fleur devient amère. Les fleurs de jasmin peuvent se combiner aux plats orientaux et au curry mais aussi dans le pain, les macarons ou les sauces. Un délice avec les fruits d'été et les agrumes. Les fleurs de jasmin de Koppert Cress sont conditionnées en colis de 4 barquettes avec 25 fleurs par barquette. Elles se conserveront jusqu'à une semaine entre 2 et 4 °C.

WWW.KOPPERTCRESS.COM

Le bon RÉFLEXE pour trouver vos FOURNISSEURS

kifaikoi.com

5, rue Antoine Bourdelle • 75015 Paris • Tél. 01 40 48 63 12 • Fax 01 45 48 36 16 • E-mail kifaikoi@kifaikoi.com

MATÉRIELS & équipements

Produits alimentaires & BOISSONS

SERVICES

AVEC 16 CHEFS INVITÉS

Un très Grand Fooding à New York

Fort d'un premier succès, le Grand Fooding a récidivé, les 24 et 25 septembre dernier, dans la Grosse Pomme. Thème de l'événement : la rivalité culinaire supposée entre San Francisco et New York. 3 000 convives étaient invités à départager les deux métropoles.

Pour la deuxième édition du Grand Fooding outre-Atlantique, qui s'est tenue les 24 et 25 septembre dans le jardin de P.S.1 (une branche du Museum of Modern Art de New York), l'équipe du Fooding avait choisi pour thème la rivalité culinaire entre New York et San Francisco. 3 000 personnes (1 500 chaque soir) sont venues assister au match opposant les chefs des deux villes. Les 'foodies' new-yorkais patientaient gaiement dans des files d'attente pour goûter aux plats des 16 chefs (7 de San Francisco et 9 de New York) et aux cocktails des mixologues des deux villes. Parmi les plats les plus prisés samedi : les Bouchées de légumes de **Daniel Patterson**, du restaurant Coi (deux étoiles au guide *Michelin* de San Francisco) et les Côtes de porc de **Dan Barber**, le chef de Blue Hill à New York. Dans la Grosse Pomme, le premier événement du Fooding avait attiré 2 000 personnes, également au P.S.1, avec une affiche de chefs parisiens dont **William Ledeuil** et de chefs new-yorkais.

Le thème de la rivalité culinaire entre New York et San Francisco, pour cette nouvelle édition, est venu aux organisateurs du Fooding suite à une déclaration du new-yorkais **David Chang** : "Les restaurants de San Francisco ne font que servir des figues sur une assiette, avec rien d'autre dessus." Le chef et propriétaire des restaurants Momofuku se moquait ainsi d'une cuisine californienne très axée sur le produit par opposition à une cuisine new-yorkaise plus urbaine. "Je suis d'accord avec David Chang. C'est le travail du cuisinier de cuisiner ! J'adore New York. Je suis très inspiré par les chefs **Wylie Dufresne** [de WD50, NDLR] et **David Chang**", explique Daniel Patterson avant d'ajouter qu'il n'y a pas de ville meilleure qu'une autre. "San Francisco et New York sont comme des pommes et des oranges. Elles sont différentes", explique **David Sclarow** de Lunetta, à Brooklyn.

Un événement à guichet fermé

Outre David Chang, Dan Barber et David Sclarow, on a retrouvé, côté new-yorkais, le duo du restaurant Torrisi Italian Specialties, **Mario Carbone** et **Rich Torrisi**, ainsi que **Brian Appleman** (Pulino's), **Brian Leth** (Vinegar Hill House), **Laurent Kalkotour** (DB Bistro Moderne), **April Bloomfield** (Spotted Pig), **Robert Newton** (Seersucker). Tandis que, outre David Patterson, **Mourad Lahlou**, **Laurence Jossel**, **Jeremy Fox**, **Melissa Perello** et **James Syhabout** avaient fait le voyage



1 500 'foodies' new-yorkais attendaient patiemment à chacun des deux soirs du Fooding.

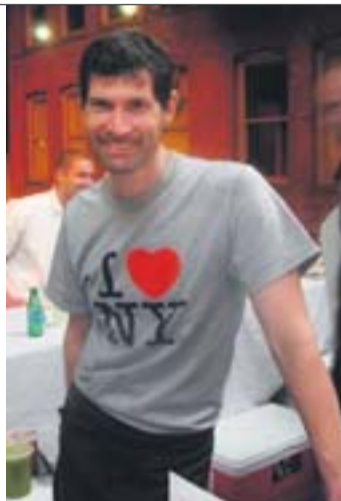
Grand Fooding à Milan le 15 octobre, puis la parution du nouveau guide mi-novembre.



Retrouvez sur lhotellerie-restauration.com :

- d'autres conseils et reportages sur les États-Unis : cliquer sur "Conseils et reportages par pays"

- les annonces d'emploi à l'international : cliquer sur "Candidats à l'international".



Daniel Patterson, chef du restaurant Coi à San Francisco, 2 étoiles Michelin.



Alexandre Cammas, fondateur du Fooding avec le mixologue **Jim Meehan**, propriétaire du bar Please don't Tell à New York.

depuis la côte Ouest. Chaque chef avait conçu un plat en accord avec du champagne de la marque Veuve Clicquot, sponsor de l'événement.

Celui-ci était à guichet fermé depuis plusieurs semaines. Les billets étaient vendus 50 \$ (37,2 E) ou 80 \$ (59,6 E) pour les billets VIP et 20 \$ (14,9 E) par billet vendu ont été reversés à l'ONG Action contre la faim. "A priori, nous reviendrons aux États-Unis", conclut **Alexandre Cammas**, inventeur du Fooding, qui n'en révélera pas davantage sur une prochaine édition. Avant cela, il a du pain sur la planche : le lancement de l'application iPhone du Fooding, le

Laure Guilbault

BULLETTIN D'ABONNEMENT

RECEVEZ CHAQUE SEMAINE

L'Hôtellerie Restauration

L'HEBDO DES C.H.R. | L'HOTELLERIE-RESTAURATION.FR



> Abonnez-vous par téléphone :

01 45 48 45 00

ou par fax : **01 45 48 51 31**

ou par internet : lhotellerie-restauration.fr

ou par courrier : **L'Hôtellerie Restauration
Service Clients
5 rue Antoine Bourdelle
75737 Paris CEDEX 15**

Nom : _____

Adresse : _____

Code postal & Localité : _____

E-mail (facultatif, pour les nouvelles quotidiennes) : _____

(Vos coordonnées ne sont utilisées que par L'Hôtellerie Restauration)

> Choisissez le mode de règlement :

RIB joint (10 € par trimestre, durée libre, interruption sur simple demande)

Chèque joint ou Carte Bleue (40 € pour 1 an)

N° _____

Date de validité : ____ / ____

3 derniers chiffres au dos de la carte : _____

EN DIRECT DES BLOGS DES EXPERTS

Matelas à mémoire de forme : que penser de leur qualité ?



Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts

avec le mot clé **121938** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

EN DIRECT

PRÉSIDIÉ PAR YANNICK ALLÉNO

Lancement du Comité Bocuse & Co de l'Institut Paul Bocuse

La célèbre école lance un centre de réflexion qui se penchera chaque année sur un thème précis et organisera des événements qui y seront relatifs.



Yannick Alléno, président du comité Bocuse & Co.

Yannick Alléno a officiellement annoncé la création, le 27 septembre, du Comité Bocuse & Co dans le cadre de la cérémonie de remise des Trophées du même nom qui récompensent l'esprit entrepreneur de trois jeunes diplômés de l'Institut Paul Bocuse. Ce centre de réflexion ouvert sur le monde et les cultures internationales est composé d'acteurs permanents et d'invités internationaux issus de l'univers de l'hôtellerie et de la restauration. Une thématique sera définie chaque année, autour de laquelle seront articulés plusieurs événements : rencontre avec la profession lors de conférences, visites...

et contribution à la résolution des problématiques internationales grâce aux informations collectées par les étudiants au sein des différentes entreprises du secteur de l'hôtellerie-restauration, partout dans le monde, par le biais de stages. Sans oublier la partie pratique, via un défi entrepreneurial dans le cadre de la création de concept de restaurants 'Avant-scène'. Les étudiants devront décliner le thème en créant leur propre structure.

Promouvoir l'entrepreneuriat

Afin de promouvoir cet esprit d'entrepreneur, le Comité Bocuse & Co, tout juste créé, a décerné une récompense honorifique à trois jeunes diplômés de l'Institut Paul Bocuse dont l'avenir est prometteur.

Les trois lauréats 2010 sont **Philippe Lagraula** (promotion 2001 ; Bistrot Une Cuisine en ville à Dax, 40), **Dan Bessoudo** (promotion 1994 ; La Table de Ventabren à Ventabren, 13) et **Clément Petitjean** (promotion 2001 ; La Grappe d'or à Torgny en Belgique).

Ces Trophées ont été remis, lundi 27 septembre, par **Gérard Pélisson**, président du conseil d'administration de l'Institut Paul Bocuse, **Thierry Marx** (qui rejoint le conseil scientifique du centre de recherche de l'Institut) et Yannick Alléno, président du Comité Bocuse & Co. Le thème du premier comité a été annoncé. Ce sera : 'Cuisine et terroirs : le passé de nos origines peut-il devenir notre futur ?'



Philippe Lagraula (promotion 2001 ; Bistrot Une Cuisine en ville à Dax, 40).

Dan Bessoudo (Promotion 1994 ; La Table de Ventabren à Ventabren, 13).



Clément Petitjean (promotion 2001 ; La Grappe d'or à Torgny en Belgique).

INSCRIPTIONS OUVERTES JUSQU'AU 2 DÉCEMBRE

Trophée Jean Rougié : appel à candidature

La deuxième édition du Trophée Jean Rougié du foie gras et de la truffe se tiendra le samedi 15 janvier 2011 lors de la Fête de la truffe à Sarlat, initiée et orchestrée par la ville de Sarlat et les maisons Rougié et Pébeyre.

La ville de Sarlat, les Maisons Rougié et Pébeyre, membres fondateurs de l'Académie culinaire du foie gras et de la truffe, ont créé en 2010 le Trophée Jean Rougié pour permettre aux jeunes d'exercer leur talent autour de deux produits emblématiques de la gastronomie française : le foie gras et la truffe. Après une première édition couronnée de succès en janvier dernier, ce concours, qui se tiendra le 15 janvier prochain dans le cadre de la Fête de la truffe à Sarlat, est ouvert aux jeunes talents de la cuisine française : les élèves inscrits en terminale bac profes-



sionnel option cuisine, ou les étudiants de BTS et CFA de toute la France (18 ans révolus le jour de l'épreuve).

Deux plats seront à réaliser : une recette froide à base d'escalopes de foie gras préparées en compression et une recette chaude à base d'escalopes de foie gras cuisinées avec un panier imposé. La valorisation du travail d'équipe entre l'élève et le professeur constitue la grande nouveauté de cette année. Outre le choix des recettes en amont, le professeur aidera également l'élève à la sélection des ingrédients in situ, au dressage de la recette de foie gras chaud et à son envoi sur le podium. Dirigé par **Jean-Luc Danjou**, Meilleur ouvrier de France et directeur

technique de l'École du foie gras Rougié, ce concours sera supervisé par un jury de 12 chefs étoilés et présidé par **Régis Marcon**, chef 3 étoiles Michelin et Bocuse d'or 1995.

Rendez-vous le 15 janvier 2011 sur la scène du Centre culturel de Sarlat pour savoir qui succèdera à **Clément Hernandez**, lauréat de la première édition du Trophée Jean Rougié.

Les lauréats 2010 avec **Jean-Luc Danjou**, MOF et directeur technique de l'École du Foie gras Rougié.



Régis Marcon, 3 étoiles Michelin, Bocuse d'Or 1995 et président du jury 2011.

Retrait des dossiers et renseignements :

Aurélié Domingie. Tél. : 05 59 77 78 81

E-mail : aurelie.domingie@euralis.fr

Partie technique du déroulé du concours : Jean-Luc Danjou.

E-mail : jeanluc.danjou@free.fr.

Plus d'informations : <http://www.ac-foiegras-truffe.com/tropheejeanrougie/>

Date limite d'inscription : jeudi 2 décembre à minuit.

Lundi 18 octobre : ouverture du Royal Monceau Raffles Paris



Philippe Stark, Alexandre Allard et Sylvain Ercoli.

Après d'importants travaux de rénovation, le Royal Monceau, propriété de Qatari Diar (société détenue à 100% par Qatar Investment Authority, le fonds souverain du Qatar), qui avait fermé ses portes au mois de juin 2008, reprendra le 18 octobre sa place dans le cercle très fermé des hôtels de grand luxe parisiens. **Alexandre Allard**, concepteur du projet, a fait appel au créateur **Philippe Starck** pour redessiner les lieux et "faire du Royal Monceau le premier d'une nouvelle génération de palaces à Paris". La gestion de l'hôtel a été confiée au groupe hôtelier Raffles, qui a choisi Le Royal Monceau pour sa première implantation en Europe, et sa direction générale à **Sylvain Ercoli**.