

L'Hôtellerie Restauration

28 MAI 2010 N° 3187

AU RITZ

PAGE 29

3€

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

E-MAIL : journal@lhotellerie-restauration.fr - ISSN 1151-2601



LUCIE DELECOURT REMPORTE LE CONCOURS LE BŒUF, LES RACES À VIANDES

M 01692 - 3187 - F: 3,00 €



PAGES 2-3

RÉUNIR

le Guide des lieux de réunions professionnelles

lance

ou se réunir

le site de location de salles pour les particuliers (mariages, réceptions, anniversaires, fêtes...)

Gratuit pendant
1 an!
Voir conditions au verso

RIANE' POUR X HÔTELS EN 2015

pour monter sur le podium
"le monde",

des de Gilles Pélisson,
cor, le groupe

re, réduit ses coûts,
s performances et

nouveaux outils destinés
son développement,

cinq ans baptisé
5.

ait surtout améliorer
en termes de RevPAR,

politique de distribution
L'objectif fixé consiste

un indice au-dessus
de la concurrence.

vrait y contribuer,
nouveau portail dont

le lancement est prévu en décembre.

Le groupe poursuit également
sa politique d'asset light' en

cherchant à mixer, selon les pays
et les opportunités, les hôtels

en gestion, managés ou en franchise.
450 établissements devraient ainsi,

d'ici à 2013, passer en gestion.
Cette décision permettra de

générer 450 millions d'euros
supplémentaires et de réduire

la dette du groupe.
Accor prévoit également d'ouvrir

1 800 hôtels de plus d'ici à 2015,
concentrés sur l'Europe et l'Asie,

pour les deux tiers dans les
marques budget et économiques
du groupe.

PAGE 13

échappatoire à la redevance Sacem des hôteliers

EN ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE À DEAUVILLE (14) PAGE 4

îne Inter-Hotel consolide veloppement

te bien", notamment grâce à la forte progression du chiffre d'affaires de sa centrale de (27%), a déclaré Jean Lavergne, son président.

PAGE 8

veut se développer sur le marché réception

PAGE 33

ckage des marchandises

Lancement
septembre 2010

ouse reunir.com :
le nouveau site des
lieux de réunion pour
les particuliers.



Le Guide Réunir,
depuis 24 ans,
la référence
des organisateurs
de séminaires,
congrès,
événements.



Exemple d'annonce du Guide Réunir,
également déclinée sur le site Web.



Le site www.reunir.com bénéficie
du meilleur référencement sur
les moteurs de recherches.
Il est leader en audience qualifiée.
2,2 millions de fiches sont
consultées par an.

Le magazine Réunir : actualités
et informations pratiques destinées
aux organisateurs de manifestations
professionnelles (diffusion : 21 000 ex).



"Réunir cherche pour vous" :
le service gratuit d'assistance
à nos abonnés qui vous adresse
des demandes qualifiées de prospects.

Nouveau

Les Rencontres Professionnelles Réunir,
le grand salon du tourisme d'affaires
de la rentrée, s'installent désormais
au Carrousel du Louvre.

16^e RENCONTRES
PROFESSIONNELLES
REUNIR
15 & 16 septembre 2010
au Carrousel du Louvre

Avec **REUNIR**

& **ouse reunir**

développez votre chiffre d'affaires
par un référencement à 360°
de votre établissement

Réunir, le guide des lieux de réunion pour
les organisateurs de séminaires et congrès,
lance ouse reunir.com : un site de lieux de réunion
dédié exclusivement aux particuliers.

Découvrez en avant-première ce site sur
www.ouse reunir.com et bénéficiez d'une offre
promotionnelle exceptionnelle.

Lancement en septembre 2010 : déjà plus de
600 établissements partenaires !

Pros Réunir, la référence incontournable
des réunions d'affaires

Avec les solutions multicanales de Réunir, votre
établissement bénéficie d'une visibilité maximale
auprès des organisateurs de séminaires et congrès.

Plus de 21 000 abonnés* ultra-qualifiés en entreprises
et en associations reçoivent le Guide Réunir, le magazine
Réunir et une invitation aux Rencontres Professionnelles
Réunir, le grand salon du tourisme d'affaires de la rentrée,
désormais au Carrousel du Louvre, les 15 et 16 septembre
prochains.

Votre établissement est également activement promu
sur notre site www.reunir.com, leader en audience
qualifiée et bénéficie en plus de notre service d'assistance
gratuit.

Particuliers ouse reunir.com, le partenaire
des événements heureux

Réunir complète son offre professionnelle par un site
exclusivement dédié aux réunions entre particuliers :
mariages, réceptions, événements religieux, anniversaires...
ouse reunir.com est un site conçu pour un référencement
optimal, avec une interface dynamique, conviviale,
simple et efficace.

Un lancement en septembre prochain qui ne passera pas
inaperçu : déjà plus de 600 établissements partenaires !

**1 année d'annonce gratuite
sur ouse reunir.com pour tout
annonceur de Réunir**

Contactez Réunir :

- ▶ par téléphone : 01 53 61 60 00
- ▶ par e-mail : dominique.dumas@reunir.com
- ▶ plus d'informations : www.reunir.com/360

Offre valable jusqu'au 30 juin 2010



**LUCIE
DELECOURT**
REMPORTE
LE CONCOURS
**LE BŒUF,
LES RACES
À VIANDES**

M 01692 - 3187 - F: 3,00 €

EN VISANT LE 3^E RANG MONDIAL

PAGES 2-3

ACCOR LANCE 'ARIANE' POUR 1 800 NOUVEAUX HÔTELS EN 2015

Gilles Pélisson,
p.-d.g. d'Accor.



Pour "pouvoir monter sur le podium de l'hôtellerie mondiale", selon les termes de Gilles Pélisson, p.-d.g. d'Accor, le groupe se restructure, réduit ses coûts, optimise ses performances et propose de nouveaux outils destinés à accélérer son développement, un plan sur cinq ans baptisé Ariane 2015.

Accor souhaite surtout améliorer ses résultats en termes de RevPAR, grâce à une politique de distribution appropriée. L'objectif fixé consiste à atteindre un indice au-dessus de la moyenne de la concurrence. Internet devrait y contribuer, grâce au nouveau portail dont

le lancement est prévu en décembre. Le groupe poursuit également sa politique d'asset light' en cherchant à mixer, selon les pays et les opportunités, les hôtels en gestion, managés ou en franchise. 450 établissements devraient ainsi, d'ici à 2013, passer en gestion. Cette décision permettra de générer 450 millions d'euros supplémentaires et de réduire la dette du groupe.

Accor prévoit également d'ouvrir 1 800 hôtels de plus d'ici à 2015, concentrés sur l'Europe et l'Asie, pour les deux tiers dans les marques budget et économiques du groupe.

RESTAURATION

PAGE 5

JURIDIQUE

PAGE 13

Home in Paris avec Guillaume Gomez, c'est comme à la maison



Le chef adjoint de l'Élysée signe un concept innovant au centre de la capitale. Les clients peuvent faire leur choix parmi 50 plats à la carte. Celle-ci s'adapte à tous les budgets.

Agathe Ferrer, directrice d'exploitation, avec Guillaume Gomez et Jacques Maurel, associé (à droite).

Pas d'échappatoire à la redevance Sacem pour les hôteliers

LORS DE SON ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE À DEAUVILLE (14)

PAGE 4

La chaîne Inter-Hotel consolide son développement

"Le réseau se porte bien", notamment grâce à la forte progression du chiffre d'affaires de sa centrale de réservations (+ 27%), a déclaré Jean Lavergne, son président.

UN AN APRÈS LEUR MISE EN PLACE

PAGE 10

TRAITEUR

PAGE 8

Démarrage poussif pour les prêts participatifs d'Oséo

En 2009, les pouvoirs publics, par le truchement d'Oséo, ont lancé un dispositif destiné à aider les hôtels dans leurs investissements. Puis un dispositif similaire a été mis en place pour les restaurants. Bilan d'étape en compagnie de Richard Livet, responsable du marché tourisme d'Oséo.



HYGIÈNE

PAGE 33

Le stockage des marchandises

Ambitions et concurrence

Alors que la conjoncture générale reste incertaine au gré des humeurs changeantes des marchés financiers, seul 'juge de paix' de la pertinence des investissements, la profession ne peut se réfugier dans un attentisme stérilisant.

Car un jour viendra où le retournement de tendance, de nouvelles perspectives liées à la reprise tant attendue, feront le jeu des entreprises qui auront su anticiper les désirs d'une clientèle de plus en plus difficile à satisfaire.

En même temps, la concurrence s'avivra, à la fois avec des projets de grande envergure comme le plan Ariane 2015 qui vient de lancer le groupe Accor (lire ci-contre) et qui vise notamment un important développement dans ce qu'il est convenu d'appeler le 'milieu de gamme', mais aussi avec la rénovation des établissements qui auront pris la mesure des exigences de demain.

Il est temps pour l'ensemble de l'hôtellerie et de la restauration de prendre à bras les impératifs, dont la plupart sont d'ailleurs juridiquement obligatoires, d'une mise à niveau dans le domaine de la sécurité et de l'accessibilité, alors que les échéances de 2011 (sécurité), 2012 (classement) et 2015 (accessibilité) se rapprochent. Or, selon les constatations d'Oséo (lire en page 10), les demandes d'aides pour le nouveau classement hôtelier par le biais des prêts participatifs ont atteint la centaine pour près de 17 500 hôtels homologués à ce jour en France, tandis qu'une cinquantaine de restaurateurs seulement ont déposé un dossier dans le cadre du prêt de modernisation et de transmission de la restauration.

Il devient urgent pour les organisations professionnelles d'engager une vigoureuse campagne de sensibilisation sur les obligations que les professionnels vont devoir très prochainement assumer.

Ainsi, les nouvelles dispositions relatives à la sécurité sont connues depuis 2006, et l'échéance de mise en application a été fixée pour le mois d'août 2011, ce qui laisse à peine une année à ceux qui n'ont pas encore prévu cette mise à niveau à laquelle les pouvoirs publics attachent, à juste titre, une extrême importance.

Là encore, il deviendra de plus en plus difficile de prendre le train en marche face à des concurrents qui auront su se montrer prévoyants.

Et au-delà des contraintes réglementaires, comment ne pas participer à l'indispensable classement hôtelier, ou comment ne pas adapter ses prestations aux évolutions du marketing, des modes et des tendances qui révolutionnent en permanence la restauration ?

Tout cela mérite mieux que de vaines querelles syndicales ou les oppositions obsolètes que certains voudraient perpétuer (comme il y a trente ans) entre les chaînes et les entrepreneurs individuels.

L. H.

EN BREF

Gérald Passédat reçoit la Légion d'honneur



Le chef-patron du Petit Nice à Marseille (VII^e) auréolé de 3 étoiles Michelin a été

élevé au rang de chevalier de la Légion d'honneur en recevant ses insignes des mains de Nicolas Sarkozy, lors d'une cérémonie à l'Élysée.

Les porteurs d'obligations d'Accor approuvent le projet de séparation des deux métiers

Réunies le 25 mai, les assemblées générales de porteurs d'obligations des trois emprunts obligataires émis par Accor ont approuvé le projet de traité d'apport-scission et l'apport au profit de New Services Holding SA des activités de services du groupe Accor, dans le cadre d'un apport partiel d'actifs soumis au régime juridique des scissions, suivi de l'attribution par Accor à ses propres actionnaires (autres qu'Accor) des actions New Services Holding SA émises en rémunération de cet apport. Cette approbation est une étape supplémentaire dans la mise en œuvre de la séparation des deux métiers du groupe.

Deux nouveaux objectifs pour le groupe Bernard Loiseau

Le résultat net consolidé du groupe Bernard Loiseau est passé de - 235 000 E en 2008 à - 438 000 E en 2009. "Cette dégradation du résultat est due principalement à la baisse de la fréquentation, puisque le chiffre d'affaires est passé de 8,434 ME à 7,927 ME en 2009", explique-t-on à la direction du groupe. Pour 2010, la priorité est donnée à l'optimisation des infrastructures existantes plutôt qu'au développement à court terme. Les objectifs sont donc d'"accroître la fréquentation, grâce à une offre renouvelée et en renforçant la communication directe, dont le e-commerce et [de] développer des partenariats autour de la marque Bernard Loiseau Restauration dans la restauration, l'hôtellerie, la cuisine et la sommellerie". Des négociations sont en cours avec des groupes japonais.

Menu à quatre mains chez Senderens



Alain Senderens a proposé à ses clients de vivre une expérience culinaire

inédiite, pour trois dîners consécutifs, du 25 au 27 mai, en combinant les talents de Jérôme Bancetel, en place depuis quatre ans au Senderens, et Hisato Nakahigashi, surnommé le Michel Bras japonais, chef-patron de Miyamasou, près de Kyoto. Au menu : Langoustines croustillantes, émulsion épicée, tombée de chou patchoï, Canard aux betteraves parfumées à la cannelle, purée de cerise Amarena... L'initiative de cette opération revient à Olivier Derenne, créateur du site de vente en ligne Nishikidori Market dédié aux produits gastronomiques japonais. 80 % des clients sont des restaurateurs à la recherche de curiosités culinaires.

www.nishikidori-market.com

UN AMBITIEUX PLAN SUR CINQ ANS

Ariane 2015, nouvelle

Avec ce projet d'entreprise, le groupe vise le podium de l'industrie hôtelière mondiale.

Baptisé Ariane 2015, le plan du groupe Accor est ambitieux : être le leader de la franchise en Europe et surtout "pouvoir monter sur le podium de l'hôtellerie mondiale", projette Gilles Pélisson, p.-d.g. du groupe. Pour atteindre ses objectifs, le groupe se restructure, réduit ses coûts, optimise ses performances et propose de nouveaux outils destinés à accélérer son développement. "Nous devons aller vite", déclare Yann Caillère, directeur général Accor Hospitality Europe, Moyen-Orient et Afrique. D'autant plus que "nous sommes dans une reprise de cycle, ajoute Gilles Pélisson, et que nous assistons à des perspectives positives depuis le début de l'année".

Jouant sur l'excellente notoriété de ses marques, Accor compte renforcer ses concepts déjà largement identifiés, comme la chambre coquelicot d'ibis, ou la chambre cocoon d'Etap Hotel, améliorant encore leur positionnement. Ainsi, la marque Suitehotel réintègre le giron Novotel pour devenir SuiteNovotel, un positionnement 'midscale' qu'Accor va pouvoir développer en centre-ville.

Mais c'est surtout sur le RevPAR qu'Accor souhaite améliorer ses performances, grâce à une politique de distribution appropriée. L'objectif fixé : atteindre un RevPAR Index (indice de performance des RevPAR par rapport à la

À L'INITIATIVE D'ALAIN DUCASSE

Tous au restaurant réus

Du 7 au 13 juin, plus d'un millier de restaurateurs participeront à l'opération, dont 130 en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ils proposeront un menu complet à 20,10 E au déjeuner et 35 E au dîner.

Comment donner aux gens l'envie de pousser la porte des restaurants, de découvrir de nouvelles adresses et de nouveaux talents ? En leur proposant une formule complète (hors boissons) à prix cassés : 20,10 E pour le déjeuner et 35 E maximum au dîner. Cette fête gourmande, qui aura lieu du 7 au 13 juin, résulte d'une initiative d'Alain Ducasse. Inspirée de la 'Restaurant week' qui existe déjà dans de nombreux pays, le concept a remporté l'adhésion des chefs étoilés comme Paul Bocuse, Anne-Sophie Pic, Joël Robuchon, Guy Savoy qui, pour l'occasion, ouvriront leur seconde table.

Présentée à Marseille par Valérie Leverziel, directrice de la communication d'Alain Ducasse Entreprise, l'opération 2010 a soulevé un réel enthousiasme. Une centaine de tables sont déjà inscrites et on en prévoit plus de 130. Parmi celles-ci : des étoilés comme l'Epuisette, Xavier Matthieu, Marc de Passorio, La Bastide de Moustier, La Table de Sébastien, mais aussi le Victor Café (New Hôtel de Marseille), le Cheval Blanc, la Table d'Yves (Fayence), Du Côté des olivades (Baux-de-Provence), La Table de Beaurecueil, Le Radisson (Marseille)...

"Nous allons faire découvrir notre carte à des prix très abor-

Atelier sur la durée du travail de commerce de Paris

Une chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) organise un petit-déjeuner débat pour faire le point sur la réglementation de la durée du travail. Cet atelier doit permettre à chacun de s'y retrouver dans les méandres des textes réglementaires. Animé par un avocat en droit social, il offre aux participants la possibilité de poser des questions sur des cas concrets. Cette réunion d'information aura lieu le jeudi 3 juin 2010, de

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@hotellerie-restauration.fr

RESPONSABLES DE RUBRIQUE

WEBNEWS/RESTAURATION/FORMATION
Nadine Lemoine
E-mail : nlemoine@hotellerie-restauration.fr
ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES/
VINS/ LICENCE IV/CAFÉS
Sylvie Soubes
E-mail : ssoubes@hotellerie-restauration.fr
SERVICE JURIDIQUE
Pascale Carbillat
E-mail : pcarbillat@hotellerie-restauration.fr

VIDÉO
Cécile Charpentier
E-mail : ccharpentier@hotellerie-restauration.fr

SECRÉTARIAT 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



Presse PRO

À SAINT-SERNIN-SUR-RANCE (12)

Remise de décorations à l'hôtel Carayon



Tous ont été décorés dans les salons de l'hôtel Carayon à Saint-Sernin-sur-Rance.

l'hôtel Carayon de saint-Sernin-sur-Rance (12) a fêté quatre événements d'un seul coup : **Richard Sleizak**, chef de cuisine depuis trente-trois ans, s'est vu récompenser de la médaille du Travail (échelon vermeil) ; **André Serin** a été distingué d'une médaille du Tourisme pour vingt-quatre années passées à la direction de l'hôtel ; **Claudette Carayon** a été gratifiée de la médaille d'honneur départementale, par le président du conseil général **Jean-Claude Luche** ; et enfin, **Pierre Carayon** a reçu des mains d'**André Daguin** la croix de chevalier de la Légion d'honneur.

rampe de lancement d'Accor

concurrence) au-dessus de la moyenne. Internet devrait y contribuer, grâce au nouveau portail lancé en décembre, "sachant que 20 % des réservations se font sur le web, dont 15 % sur Accorhotels.com", souligne **Jean-Luc Chrétien**, le directeur général marketing et distribution d'Accor. Ces investissements sont à mesurer à l'aune des économies réalisées par le groupe : en 2010, 45 M€ vont être économisés (après 87 M€ en 2009), avec l'objectif de réaliser 30 à 40 M€ d'économies annuelles à moyen terme.

80 % d'hôtels en 'asset light', selon les opportunités

Accor poursuit sa politique d'asset light en cherchant à mixer, selon les pays et les opportunités, les hôtels en gestion, managés ou en franchise. 450 établissements devraient ainsi, d'ici à 2013, passer en gestion. Cette décision devrait avoir un double impact : elle permettra de générer 450 M€ supplémentaires et de réduire la dette du groupe. Et, après réalisation du programme de cessions d'actifs qu'il s'est fixé, le groupe poursuivra la restructuration de son portefeuille à partir de 2013, réduisant de 200 à 300 M€ par an la dette du groupe. Un budget de 200 M€ par an sera consacré à ce développement en asset light. Ainsi, en 2015, 20 % seulement des hôtels seront en propriété et en loyers à taux fixes (contre 60 % en 2004), 28 % en franchise (contre 17 % en 2004) et 30 % managés (contre 20 %). Accor prévoit égale-



ment d'ouvrir 1 800 hôtels de plus d'ici à 2015, soit 220 000 chambres, pour l'essentiel concentrés sur l'Europe et l'Asie, pour les deux tiers dans les marques budget et économiques du groupe.

Un nouvel indicateur de performance

Avec l'arrivée de **Sophie Stabile** en qualité de directrice financière, le groupe a décidé d'adopter un nouvel indicateur financier, le P&L Performance (pour 'Profit & Loss', soit pertes et profits), permettant d'identifier les performances des trois types d'exploitation du groupe : le compte d'exploitation du management et de la franchise (avec l'ambition d'une marge supérieure à 50 % à moyen terme), celui des ventes, du marketing et de la distribution (afin de réaliser un résultat brut d'exploitation à l'équilibre à moyen terme), et enfin celui des filiales en propriété et en location (avec l'objectif d'atteindre un taux de transformation de 40 à 50 % en milieu de cycle). Avec cette nouvelle stratégie et la mise en place de tous ces outils regroupés sous le nom Ariane 2015, le groupe envisage d'améliorer sensiblement le retour sur investissement, de se désendetter d'ici à 2011, et d'avoir toujours un cash-flow fortement positif. Enfin, avec un objectif de notation 'investment grade', Accor espère atteindre 50 % de taux de distribution du résultat net courant avant éléments non récurrents.

Évelyne de Bast

EN BREF

Nicolas Lecoq remporte la Coupe Georges Baptiste européenne

Créée en 1991, la Coupe Georges Baptiste européenne s'est déroulée dans 14 pays différents et, cette année, pour la première fois, en Pologne. Cette 20^e finale européenne a eu lieu à l'école hôtelière de Varsovie, avec des candidats issus de sept pays européens. Au terme des épreuves, c'est un candidat français qui est monté sur la plus haute marche du podium. Le palmarès :
1^{er} : **Nicolas Lecoq**, BP Tecomah, en apprentissage à l'hôtel La Trémolle à Paris (VIII^e)
2^e : **Emil Sprange Nygaard**, élève en 4^e année à l'Hospitality College de Copenhague au Danemark
3^e : **Aljaz Toplak**, élève en 3^e année au lycée hôtelier de Maribor en Slovénie.
Au menu, neuf ateliers à réaliser : prise de commande anglais/français, cocktail de crevettes, dorade grillée, carré de porc, banane flambée, présentation et service d'un vin effervescent, cocktail, dégustations des vins et alcools, épreuve écrite.
www.coupe-georges-baptiste.fr

Les candidats avec leurs professeurs, quelques minutes avant les épreuves.



sit en Paca



De gauche à droite, quelques-uns des restaurateurs participant à l'opération : **Sandrine Perras** (Le Cheval blanc), **René Bergès** (La Table de Beaurecueil), **André et Nancy Bourguignon** (Du Côté des olivades), **Yves et Isabelle Merville** (La Table d'Yves), **Jérôme Polo** (Victor Café).

dables", note **Jérôme Polo**, chef du Victor Café. "Cette opération ressemble à la Fête de la cuisine [menus à moitié prix pendant quinze jours, NDLR]. Elle va permettre de redresser une image mise à mal par l'affaire de la TVA", commente **René Bergès**. Pour **Nancy Bourguignon**, chef du Côté des olivades, "c'est un gros challenge car, chez nous, le prix moyen d'un repas est de 55 €. Il faut donc innover au maximum et respecter le client." Pour réussir, les restaurateurs ont un atout maître : les partenaires qui se mettent en quatre pour que la fête soit complète car, note René Bergès, "il n'est pas question que le prix du vin dépasse celui du menu." Le message a été entendu cinq sur cinq.

Dominique Fonsèque-Nathan

WWW.TOUSAURESTaurant.COM

dans l'entreprise à la chambre

9 heures à 11 h 30. Participation aux frais : 40 €. Inscription par courrier ou sur le site internet de la CCIP. **Pascale Carbillat**

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

2 PLACE DE LA BOURSE

75002 PARIS

TÉL. : 01 55 65 49 61

WWW.BOUTIQUE.CCIP.FR

16°, 2° et -18° !

PRENEZ LES 3 !

ambient, frais, surgelé
DANS UN MÊME CAMION
SANS VOUS DÉPLACER

Une seule commande, une seule facturation, une seule livraison
Par un seul et même fournisseur

PACS Créteil 433 927 232

N°Azur 0 811 65 65 88
PRIX APPEL LOCAL


TRANSGOURMET
Engagé à vos côtés

www.transgourmet.fr

AU LENDEMAIN DE SON ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Inter-Hotel consolide son développement

La Société européenne d'hôtellerie (Inter-Hotel, P'tit Dej-Hotel et Qualys-Hotel) a tenu son assemblée générale annuelle à Deauville, du 27 au 29 mai 2010. Son président, Jean Lavergne, revient sur les principaux enjeux de cette réunion.

Propos recueillis par Évelyne de Bast

L'Hôtellerie Restauration : Quel est le bilan de votre réseau coopératif multi-marques ?

Jean Lavergne : Le réseau se porte plutôt bien. Nous avons connu une forte progression du chiffre d'affaires de la centrale de réservations (+ 27 % environ) et les hôteliers semblaient s'être préparés à la crise. L'année 2010 débute également bien, mais avec de fortes disparités selon les hôtels, y compris dans une même région. Les hôteliers les plus dynamiques et qui ont utilisé l'ensemble des outils mis à leur disposition par la chaîne sont les grands gagnants. Enfin, sur les mois de mars, avril et mai, d'après nos informations, nous pensons que l'activité est bien répartie. La marque est essentielle, le programme de fidélité est un merveilleux outil, et la priorité est de travailler plus fortement la notoriété de nos marques.

À propos des marques, êtes-vous satisfait du lancement de P'tit Dej-Hotel et Qualys-Hotel dans le réseau ?

Elles démarrent différemment mais nous sommes dans le timing souhaité. Le premier guide P'tit Dej-Hotel, avec 21 établissements, est sorti depuis deux mois. Peu de temps après l'assemblée générale, nous enverrons à nos hôteliers celui de Qualys-Hotel, avec ses 8 hôtels. Le développement de Qualys-Hotel est un peu plus lent mais il était prévu, et normalement nous devrions tenir nos objectifs fixés à trois ans.

Le rapprochement d'Inter-Hotel avec les Relais du Silence devrait modifier en partie vos prévisions ?

Très certainement. La fusion devrait être réalisée à l'automne. Aussi, par groupe de travail, nous avons avancé sur un certain nombre de points : juridiques, réglementaires, fiscaux, puisqu'au final nous ne ferons plus qu'une

seule entité. Nous allons passer maintenant à la phase active, avec l'organisation de réunions régionales pour présenter cet ambitieux projet aux membres de notre coopérative. Pour eux, le message semble d'ailleurs déjà bien passer. Nous devrions en retirer un gain en notoriété, une opportunité d'avoir un développement rapide, la possibilité de nous doter d'outils de commercialisation plus performants et surtout de nous donner à terme une réelle image européenne.

Concernant les normes de classement, avez-vous adopté une stratégie de chaîne ?

Jusqu'à maintenant nous avons gardé une position d'observateur. Nous voulions que la réflexion soit consensuelle, aussi nous allons engager des débats pour savoir ce qu'attendent les clients, si les étoiles signifient quelque chose pour eux, leur apportent davantage de lisibilité... Nous allons sélectionner deux cabinets d'audits pour réaliser une étude à ce sujet.

Le réseau dispose déjà de nombreux outils (indicateur qualité, indice de satisfaction) : souhaitez-vous les améliorer ?

Nous avons une démarche qualité qui repose sur un questionnaire satisfaction clients et une visite mystère qui nous permet de veiller à la qualité de nos hôtels. Nous avons créé un baromètre qui intégrera les questionnaires satisfaction distribués aux clients pendant le petit-déjeuner,



Jean Lavergne, président d'Inter-Hotel.

ner, les questionnaires en chambres, les enquêtes de satisfaction internet et les visites mystère. L'ensemble collecté servira à nourrir une base de données qui sera utilisée pour établir un baromètre qualité. Chacun pourra ainsi, mois par mois, se comparer à la moyenne générale.

Nous allons aussi travailler sur l'e-distribution. Nous pensons, en effet, que l'hôtelier est libre de se commercialiser comme il veut à partir du moment où nous lui donnons tous les outils. Pour le moment, notre système de réservation, permet toutes les formes de commercialisation possibles. Nous allons lancer cette année nos propres coffrets cadeaux, réalisés avec le même

prestataire logistique que celui des Relais du Silence. Nous allons les mettre d'abord en vente sur internet, puis dans quelques hôtels pendant une période test, et enfin, nous les proposerons à la grande distribution.

Enfin, en tant que président d'Inter-Hotel, je voudrais rappeler que nous sommes un réseau volontaire d'hôteliers indépendants proposant les mêmes services que les chaînes intégrées. En revanche, si les hôtels gardent le privilège de la liberté, ils doivent appliquer, comme dans toute entreprise ou société organisée, les directives du groupe et utiliser l'ensemble des outils mis à leur disposition. Le sentiment d'appartenance est certainement l'un de nos points forts - il est gratuit et rapporte gros - et il sera important de bien l'entretenir pour les années qui viennent.

UNE FORMATION QUI A DURÉ DIX-HUIT MOIS

Remise du certificat de qualification professionnelle cuisine à des travailleurs handicapés du groupe Flo

La mission handicap du groupe Flo et l'Afpa ont remis leur certificat à des travailleurs handicapés en présence de leurs tuteurs, du responsable des ressources humaines et des directeurs régionaux.



C'était une première pour le groupe Flo : la mise en place d'un partenariat avec l'Afpa afin de recruter des personnes handicapées pour les former pendant dix-huit mois à un certificat de qualification professionnelle (CQP) cuisine. Les candidats sélectionnés avaient de 20 à 45 ans et un profil correspondant à celui demandé pour les programmes destinés aux demandeurs d'emploi, c'est-à-dire des personnes en reconversion professionnelle ou des jeunes sans qualification. Une seule condition supplémentaire : avoir un handicap, physique ou intellectuel, voire une maladie invalidante comme le diabète. "Dans tous les cas, nous tenons compte des contre-indications résultant du handicap avec l'adaptation au poste", précise Catherine Augereau Leloup, directrice emploi formation du groupe Flo.

Neuf candidats ont été sélectionnés. Chaque stagiaire est suivi en entreprise par un tuteur formé à cette fonction, titulaire d'un contrat de professionnalisation, et alterne des formations à l'Afpa de Stains (93) avec des mises en

situation en entreprise. Au final, 6 candidats ont obtenu une validation partielle ou totale de leur diplôme. Ceux qui n'ont pas la totalité de leur diplôme disposent de trois ans pour valider les modules manquants. Trois d'entre eux se sont vu proposer d'intégrer le groupe en CDI.

Pour Catherine Augereau Leloup, il s'agit "d'une expérience réussie que l'on souhaite renouveler en constituant une nouvelle classe à la rentrée. Mais la prochaine formation se fera cette fois sur une période de douze mois".

Pascale Carbillet

AU SAINT-JAMES PARIS

Un rendez-vous pour les hôteliers organisé par Imhotel et Active International

Paris (XVI^e) Jean-Marc Andréola et Philippe Mahieux, les dirigeants des sociétés Imhotel et Active International, ont réuni un parterre d'hôteliers parisiens afin de leur présenter trois sociétés complémentaires dont les activités sont essentielles dans le secteur de l'hôtellerie.

Face à la réglementation sociale, les hôteliers sont souvent désemparés. Virginie Baroukh, de la société Expertise Hotel, n'a pas eu de peine à en convaincre son auditoire. La mise en place d'un nouveau cadre réglementaire fixé par l'accord social de mars 2010 relève souvent, pour les hôteliers, du casse-tête. Virginie Baroukh a créé Expertise Hotel en 2009 dans le but d'aider les hôteliers à y voir clair. L'entreprise propose ses propres outils comme l'audit social, utile pour les repreneurs de société, la mise en place de plan RH pour les hôteliers qui, par exemple, doivent changer de classification et embaucher, ou la refonte des définitions de poste.

Grégoire Boitel exerce, lui, ses talents de jeune créateur sur internet. Il aide les hôteliers indépendants à trouver des solutions face aux puissants OTA ou à éviter les chausse-trappes qui se cachent derrière certaines marques. Des compétences utiles avec pour but avoué de créer à terme une centrale de réservations sur le web pour les indépendants "qui coûterait alors dix fois moins cher".

Enfin, Philippe Mahieux, de la société Active International, cherche à apporter aux hôtels indépendants une solution financière originale. Indépendamment des prêts ou des subventions, il propose d'intervenir sur le 'cash flow', sous forme de financements alternatifs. S'intéressant essentiellement aux stocks (les nuitées invendues des clients), il propose de les reprendre et de les racheter à bon compte. Trois solutions alternatives utiles dans leurs domaines, sous oublier la société Imhotel que dirige Jean-Marc Andréola, l'incontournable conseil en immobilier et hôtellerie à Paris, et aussi l'un des piliers du monde de l'hôtellerie indépendante parisienne.

É. de B.



LA BOURSE

B. Loiseau

+ 3,75 % ↗

Groupe Flo

+ 2,92 % ↗

Sodexo

- 3,45 % ↘

ÉVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 16 ET
LE 26-05-10

À DEUX PAS DE LA TOUR EIFFEL

Home in Paris avec Guillaume Gomez, c'est comme à la maison

Paris (VIII^e) Le chef adjoint de l'Élysée signe un concept innovant au centre de la capitale.

Home in Paris, ou comment souffler aux clients qu'ils seront comme chez eux, libres de leur choix, pour tous les prix, dans une atmosphère conviviale. Un lieu parisien avec la tour Eiffel à deux pas, comme le rappelle la grande photo en noir et blanc sur le mur de la salle. À la tête du restaurant, un trio de choc : deux associés, **Agathe Ferrer**, directrice d'exploitation, et **Jacques Maurel** (Tribeca, Café du Marché, Comptoir de l'Arc, Comptoir Del Mar), avec un conseiller MOF, **Guillaume Gomez**, chef adjoint de l'Élysée.

Agathe Ferrer a dirigé pendant dix ans des restaurants de Jacques Maurel. Ils sont désormais associés. Quant à Guillaume Gomez, il a reçu l'autorisation de l'Élysée pour créer la carte et le concept. "Jacques Maurel sait ce qui marche. Son parcours le confirme. Tous ses restaurants se trouvent dans le quartier. Il connaît la clientèle du VII^e arrondissement, Agathe Ferrer aussi. J'ai une idée précise de ce qui me semble être la restauration de demain. Ils s'en sont donné les moyens", dit Guillaume Gomez.

Pour tous les goûts

Les associés ont racheté le fonds de l'ancien restaurant italien Lei avec sa belle superficie et une base saine qui n'imposait que des travaux limités. Pour l'instant, Home in Paris, c'est un total de 120 places dont 45 en ter-



Agathe Ferrer avec Guillaume Gomez et Jacques Maurel (à droite).

rasse. Murs en pierre et sol en béton ciré ont été agrémentés de banquettes en cuir rouge, fauteuils en soie colorés, petites tables rondes en bois brun ou grande table laquée rouge. Au centre, un point stratégique : le bar où l'ancien barman du Fumoir, pro du cocktail, fait l'animation avec une carte de 24 propositions dont des nouveautés très appréciées par la clientèle. Au fond, un espace plus cosy et au premier, une salle d'une capacité de 25 couverts à privatiser qui sera opérationnelle en septembre.

Dans ce cadre accueillant sans être guindé, Guillaume Gomez a conçu une carte riche et variée. "On peut manger pour pas cher en choisissant une pizza maison réalisée par un pizzaiolo ou le Paris burger - viande

d'Aubrac et emmental -, tous deux à 12 E, mais on peut aussi opter pour des plats haut de gamme accompagnés de grands vins, le tout à un prix juste. On peut prendre un croque-monsieur mais aussi faire un déjeuner d'affaires. Et il n'est pas question de transiger sur la qualité des produits. On ne vend pas à perte, mais avec une marge raisonnable. Les clients veulent en avoir pour leur argent", explique le chef. "S'ils achètent eux-mêmes tous les produits qu'ils retrouvent dans l'assiette, ils en ont pour le même prix que l'addition. Sauf qu'ici, ils n'ont qu'à s'asseoir. Et le bouche à oreille fonctionne très bien", ajoute Jacques Maurel.

Une carte de 50 plats

"Avec ce concept, il n'y a pas de ticket moyen. Je veux que les gens ne se stressent pas et mangent ce qu'ils veulent. Un sandwich ou une noix de ris de veau croustillante, avec un verre de vin ou un grand cru, ils sont libres", souligne Guillaume Gomez. Les meilleures ventes quelques semaines après l'ouverture ? Le Risotto aux gambas (15 E), Œufs mimosa 3 couleurs nature, herbes, truffes (7 E), Filet de dorade à la plancha de sel aux herbes (14 E) et l'Entrecôte XXL (27 E). Une formule à 17 E le midi et

23 E le soir se compose d'une entrée, le plat du jour ou une pizza et un café. Pour les vins, de 17 à 1 990 E la bouteille (Petrus 2005). La coupe de champagne est à 7 E.

La carte se compose de près de 50 plats. "Il me fallait une équipe capable de 'sortir' cette carte, dit Guillaume Gomez. Ils sont onze en cuisine. Le chef **Rudy Régent** (ex-Costes) a pour adjoint **Vincent Puech**, qui a travaillé trois ans avec moi à l'Élysée, mais aussi au Sénat, au George V et au Meurice." Le four Frima, le four à pizza et le piano qui arrive sous peu représentent un investissement de 100 000 E. En salle, ils sont six. Home in Paris reste ouvert 7 jours sur 7 (à l'exception du dimanche soir pour l'instant), de 9 heures à 1 heure.

Agathe Ferrer, Jacques Maurel et Guillaume Gomez entendent séduire une clientèle variée à laquelle ils proposent un espace de restauration tout en un. Reste l'ouverture en septembre de la salle du premier étage pour laquelle diverses formules sont à l'étude, menus spéciaux ou à la carte, avec ou sans service avec monte-plat direct... L'important, c'est la liberté de choix. Cohérence, jusqu'au bout.

Nadine Lemoine

HOME IN PARIS

17 AVENUE DE LA MOTTE-PICQUET
75007 PARIS
TÉL. : 01 47 05 07 37

L'ENTREPRISE DE 70 EMPLOYÉS VISE LOIN

L'Atelier des Chefs dope son développement par la franchise

Six ans après son lancement, l'enseigne compte ouvrir une vingtaine de nouveaux ateliers en France d'ici à quatre ans. Elle mise sur un développement en propre dans les grandes villes et en franchise dans les autres.

Fidèle à son principe fondateur, l'accessibilité, L'Atelier des chefs poursuit son développement en investissant de nouvelles villes de province.

Le but : permettre à un maximum de Français de se remettre aux fourneaux. L'objectif a été fixé à une trentaine d'atelier d'ici à 2015, contre 11 fin 2009. L'entreprise table sur un déploiement concomitant : en propre dans les grandes agglomérations de l'Hexagone (une dizaine) et à l'étranger, en franchise dans les autres villes de province (soit une vingtaine d'ouvertures dans les quatre prochaines années). Après le lancement des franchises à Nantes et à Dijon en 2008, elle travaille aujourd'hui sur cinq dossiers, dont trois ouvriront avant la fin de l'année, faisant passer l'entreprise à 15 unités fin 2010. "Nous avons mis longtemps à mettre la franchise en place car il y a eu beaucoup de préparation en amont. Nous avons des

exigences architecturales (cuisine au milieu, parquet...), le même site internet pour tous les ateliers. Mais nous laissons une certaine latitude aux chefs au niveau de la personnalisation de la création et sur les menus, détaille **Nicolas Bergerault**, qui dirige avec son frère cette entreprise de 70 employés. Par ailleurs, nous nous occupons de la formation des chefs mais pas de leur recrutement."

"Le retour sur investissement personnel est extraordinaire"

Ouvrir une franchise Atelier des Chefs nécessite un capital d'investissement de 250 000 E, dont 20 000 E de droit d'entrée. Les profils recherchés sont variés. Entrepreneur bien sûr, et ayant le goût de la cuisine, "sans être un grand chef", précise Nicolas Bergerault : "Il faut être polyvalent et bosseur, car il faut exercer trois métiers différents, restaurateur, commerçant et organisateur d'événement,



Les fondateurs de L'Atelier des Chefs, François et Nicolas Bergerault.

six jours sur sept, du matin au soir. C'est intense en matière de création d'entreprise, mais le retour sur investissement personnel est extraordinaire !" Prochaines étapes ? L'ouverture d'un atelier le 16 juin à Aix-en-Provence, avant ceux de Strasbourg, Tours, Marseille, Grenoble, Rouen... Sans

oublier, toujours dans un désir de rendre accessible la cuisine au plus grand nombre, la sortie d'un premier ouvrage, *Le Cours de cuisine de l'Atelier des chefs*, aux éditions Hachette Pratique. Un livre de 230 pages, avec 100 techniques de chefs et 50 recettes illustrées, le tout relié par des renvois aux vidéos du site. "Aussi bien que les cours", assure Nicolas Bergerault.

Julie Gerbet

WWW.ATELIERDESCHEFS.FR

L'Atelier des Chefs, partenaire de Masterchef

La licence Masterchef, dont L'Atelier des Chefs a obtenu l'exclusivité, va déboucher sur la création de nouveaux modules de cours qui colleront à l'actualité de l'émission. Programme à venir dans quelques semaines.

LE CHEF CUISINE DES PRODUITS OUBLIÉS ET FAIT TOMBER LES A PRIORI

Trophée Jacquart 2010 : Chez Grenouille, on réinvente la cuisine charcutière

Paris (IX^e) À l'occasion du trophée dont la finale se tiendra le 7 juin prochain, coup de projecteur sur l'un des trois candidats en lice : Alexis Blanchard de Chez Grenouille.

Ouvert en juillet 2009 par Alexis Blanchard, 35 ans, ancien chef de L'Auberge bressane (Paris, VII^e) où il a passé quatre ans, le restaurant Chez Grenouille détonne dans un contexte gastronomiquement correct souvent voué à l'épuration et aux produits nobles. Après s'être lancé en restauration il y a quelques années, l'ancien charcutier passé par plusieurs restaurants dans le Perche et à Paris multiplie les compétitions, ce qui lui permet de comprendre, de tester, de se réinventer. Au concours international de la charcuterie qui s'est tenu récemment en Belgique, le chef est reparti avec 22 prix pour autant de produits. Lorsque l'occasion se présente, Alexis Blanchard et son épouse Béatrice La Forgia (alors chargée du recrutement à l'école Médéric, dans le XVII^e arrondissement de Paris), quittent chacun leur activité pour ouvrir Chez Grenouille, une auberge conviviale au décor simple et confortable. Le chef y décline à toutes les saisons et toutes les envies

ses produits charcutiers et les abats qu'il déniché à la Boucherie nivernaise ou au pavillon de Rungis.

Plats disparus et expériences inédites

En se procurant des produits oubliés, dont personne ne veut aujourd'hui, le chef poursuit sa quête du meilleur de la "charcuterie culinaire". Grâce à son savoir-faire et à force de travail, Alexis Blanchard sait leur faire bénéficier des méthodes de cuisson actuelles, de jus maison, de gras mieux réparti, pour garder l'essentiel et proposer une cuisine charcutière qui fait perdre tous les a priori. Les clients en redemandent : les anciens retrouvent des plats disparus depuis vingt ans et les jeunes trouvent l'expérience savoureuse et inédite. Aux girolles ou aux mamelles de truie, les terrines sont ici servies façon tranches épaisses, riches en viande, savoureuses et non grasses. Les ardoises sont blanchies de noms de spécialités que l'on croyait disparues : Andouillette de la maison (préparée ici), Tête de veau (avec cervelle) sauce gribiche, Rognons blancs d'agneau, Pied de



Alexis Blanchard, chef de Chez Grenouille.

cochon, Queue de bœuf à la royale. Avec le Filet mignon d'agneau en persillade, le jus de viande et les sucs de cuisson ne manquent pas à l'appel et pour l'accompagner, c'est un plat de petites pommes vapeur servi à côté. Les desserts sont tirés du registre bistrotier, Riz au lait, Soufflé au chocolat grandiose ou Baba au rhum à partager (avec le verre de rhum servi à côté). La réussite de Chez Grenouille tient aussi au talent de Béatrice La Forgia. Pour chacun de ses clients, de passage ou habitués, elle a une considération particulière, une plaisanterie, une phrase de bon ton. Est-on bien à Paris ? Béatrice vous répondra que oui.

Caroline Mignot

En chiffres

- Formules au déjeuner : 15, 20 et 25 €
- Ticket moyen le soir (à la carte hors boissons) : 45 €
- Nombre de places assises : 40
- Nombre de couverts moyen/jour : 50

CHEZ GRENOUILLE

52 RUE BLANCHE
75009 PARIS
TÉL. : 01 42 81 34 07

WWW.RESTAURANT-CHEZGRENOUILLE-PARIS.COM

LA CUISINE PROVENÇALE LES PIEDS DANS L'EAU

Le Mirèio de Gui Gedda va ouvrir en juin

Sainte-Maxime (83) Le restaurant fait partie intégrante du complexe très attendu du Beach Club Beauvallon-sur-Mer, sur le golfe de Saint-Tropez. Le meilleur de la cuisine et des vins de Provence y sera célébré autour d'un menu créé par le chef consultant.

Mirèio : le projet discrètement évoqué en janvier dernier, lors du salon Agecotel, a pris nom et corps. Baptisé du nom d'un célèbre poème de l'écrivain provençal Frédéric Mistral, le restaurant pensé par Gui Gedda est devenu réalité grâce à la complicité des propriétaires du Beauvallon. Hébergé dans la rotonde restaurée, l'établissement, décoré par Carolyn Quartermaine, permettra de découvrir 'la' cuisine provençale, pieds dans l'eau. On peut faire confiance à Gui Gedda pour en révéler les saveurs, confortées par l'usage exclusif de produits locaux.

L'offre centrale du restaurant tournera autour de 'lou gratto-biasso', casse-croûte provençal des travailleurs des champs que Gui Gedda a exhumé des mémoires de son terroir. Équivalents des tapas espagnoles, mezzés libanais ou antipasti italiens, ce plat se décline en un assortiment de sardines farcies, de pissaladière, de compotée d'agneau et d'une



Gui Gedda, chantre d'une cuisine provençale authentique.

dizaine d'autres compositions chaudes ou froides. L'établissement proposera aussi soupe au pistou, plats et desserts du jour au menu, et la carte : daube de taureau, bouillabaisse, aioli, fromage de chèvre mariné à l'huile d'olive et aux herbes de Provence, clafoutis aux cerises, tarte aux pignons, tarte Tatin à l'abricot, crème brûlée à la châtaigne, glaces artisanales, melon de Cavailon... Toute la Provence !

Anne Sallé

MIRÈIO - BEAUVALLON-SUR-MER

BOULEVARD DE LA PLAGE, RD 559
BEAUVALLON - GRIMAUD
83120 SAINTE-MAXIME
TÉL. : 04 94 19 18 88

Ouverture prévue mi-juin

La service y sera assuré de 12 h à 15 h et de 19 h 30 à 22 h.

Hors horaires, le 'gratto biasso' de Gui Gedda se déclinera sous forme d'une assiette de dégustation à commander au bar annexe.

LA CARTE Y EST DÉCLINÉE EN TROIS MI-TEMPS

Une table de Barjots

Chambéry (73) Le handball mène à tout. Deux Barjots, champions du monde en 1995, en font une brillante démonstration avec leur brasserie.

Les Barjots :
une déco branchée,
une carte alléchante
et l'ambiance championnat du monde.



L'histoire est celle de 2 champions : Philippe Gardent et Laurent Munier, respectivement pivot (et capitaine) et demi-centre de l'équipe championne du monde de handball en 1995 après avoir décroché la médaille de bronze aux Jeux olympiques de Barcelone (en 1992). Associés à Alain Poncet, président du club Chambéry Savoie handball, et Philippe Morand, rugbyman, déjà propriétaire du pub l'Eden Parc à Chambéry, pub familial aux amateurs de troisième mi-temps, ils ont monté une brasserie : Les Barjots à Chambéry. Côté décoration, la recette est réussie. Un hangar de marbrier, traité en mobilier industriel et en couleurs vives, ouvert par de grandes baies, un palmier central et, pour ceux qui veulent s'isoler, des grands boxes rouges transparents qui protègent du bruit, sans exclure de la salle.

Le lieu est signé par une grande frise, retraçant en photos noir et blanc les heures glorieuses de l'équipe de Barjots. À deux pas du Phare, la nouvelle salle de concert de Chambéry, la brasserie est devenue le quartier général de tous ceux qui veulent passer un bon moment décontracté et savoureux. Le chef Christian Poulet y propose une carte déclinée en trois mi-temps, allant de la traditionnelle tête de veau aux sashimis de saumon.

Fleur Tari

LES BARJOTS

688 AVENUE DES FOLLAZ • 73000 CHAMBÉRY
TÉL. : 04 79 75 27 99

WWW.BRASSERIELESBARJOTS.FR

AVEC LE GARDE-MANGER, UNE TABLE CONVIVIALE DE 25 COUVERTS

Mathias Dandine revient au village

Bormes-les-Mimosas (13) En attendant de rouvrir L'Escoundudo, l'ex-étoilé des Roches crée un bistrot-épicerie.

C'est un restaurant de poche à l'enseigne évocatrice. Le Garde-Manger est la nouvelle adresse de **Mathias Dandine** à Bormes-les-Mimosas. Une table conviviale de 25 couverts dont il entend faire, avec son frère **Fabien**, un repère gourmand du littoral varois sur le thème du bistrot-épicerie. Le décor - tons miel, carreaux de Salernes, tables et tabourets, petite cuisine - est celui de l'adresse tenue par ses parents au temps où il cuisinait à L'Escoundudo, toujours au village.

Après avoir quitté l'hôtel Les Roches, où il avait obtenu une étoile en 2007, Mathias Dandine



Mathias Dandine : en attendant L'Escoundudo.

délaisse pour un temps la gastronomie 'étoilée'. Même s'il prévoit de reprendre l'automne prochain L'Escoundudo, réaménagé avec l'architecte-designer **Christophe Tollemer** (Les Airelles à Courchevel) et d'y proposer pour une quarantaine de couverts une cuisine élaborée mais accessible... En attendant, il a fait du Garde-Manger une table ouverte tous les jours midi et soir (17 à 25 E à midi, avec un Risotto préparé dans la meule de parmesan 16 E, menu 'étoilé' 42 E, le soir du jeudi au samedi), avec sélection de charcuteries, focaccia, tartine provençale, plats selon le marché, assiettes gourmandes, vins du Grand Sud.

"Le restaurant fait le plein, le bouche à oreille a aussitôt fonctionné et les clients apprécient la formule, les prix et l'atmosphère, dit Mathias Dandine, heureux de cette transition réussie".

Jacques Gantié

LE GARDE-MANGER
29 RUE CARNOT
83230 BORMES-LES-MIMOSAS
TÉL. : 04 94 71 15 45
WWW.MATHIASDANDINE.COM

Le Garde-Manger : petits prix et convivialité.



"LE PLUS DIFFICILE, C'EST D'ÉVOLUER ET DE FIDÉLISER NOTRE CLIENTÈLE"

A Pasturella : l'ancien berger devenu restaurateur

Monticello (20) L'auberge familiale créée par Georges Martini en 1937 est devenue un hôtel-restaurant de 16 chambres et a été repris en 2000 par ses enfants.

Les enfants ont pris le relais : **Marie-Madeleine Savelli** entourée de son mari **Adolphe** (à gauche) et de son frère **Stéphane** (à droite).

Ancien berger, **Georges Martini** a convaincu sa fille, infirmière, et son fils, étudiant en économie, de le rejoindre avec mari et femme pour développer l'auberge familiale créée en 1937. "Mes parents ont commencé par un bar et quelques chambres. Ma mère servait aux ouvriers les plats qu'elle faisait à la maison. En 1963, ma femme lui a succédé. Trente-sept ans plus tard, j'ai dit à mes enfants : prenez la suite sinon je mets en gérance", se souvient-il.

Marie-Madeleine était infirmière, **Stéphane** étudiant. "J'ai débuté par les entrées et fréquenté une école de pâtisserie pour apprendre les bases", souligne Marie-Madeleine. Stéphane s'est investi en salle. Il y a six ans, **Adolphe Savelli**, le mari de Marie-Madeleine, est venu en cuisine. "Cela devait être provisoire, j'y suis toujours", dit-il. **Sandra**, l'épouse de Stéphane, s'occupe de la gestion de l'hôtel.



"Chaque génération essaie de marquer son territoire mais dans le respect de ce qui a été fait", témoigne Marie-Madeleine. La cuisine d'A Pasturella emprunte des chemins modernes et les plats sont aussi proposés en demi-portions. "Notre héritage, c'était faire copieux. Aujourd'hui, on sert une cuisine légère", souligne-t-elle. "Le plus difficile, c'est d'évoluer et de fidéliser notre clientèle", ajoute Stéphane. Georges Martini s'y emploie. Chaque matin, il est là, à 5 h 30, pour assurer l'ouverture du bar.

Bernard Degioanni

A PASTURELLA
20220 MONTICELLO
TÉL. : 04 95 60 05 65
WWW.A-PASTURELLA.COM

Évoluer et fidéliser

Georges Martini et son épouse sont partis à la retraite en 2000, léguant un restaurant et un hôtel de 16 chambres au-dessus du golfe de L'Île Rousse.

DE KERCOET



www.dekercoet.com Tel : 02.97.40.56.52

Formation Hôtellerie en alternance

cfa Stephenson

- Master de gestion mention Tourisme et Tourisme
- Licence Professionnelle Hôtellerie
- BTS Hôtellerie Restauration, Option A
- Mention Complémentaire Accueil Réception
- CQP Réceptionniste

www.cfa-stephenson.tm.fr
48 rue Stephenson, 75018 Paris
TÉL. : 01 44 92 88 88

La Maison Propre
La Solution à vos besoins de nettoyage

Sièges, Cuir, Tapis Moquettes, Rideaux, Tentures murales, Traitement Marbre, Vitrierie

5 rue de l'Abbé Grégoire - 75006 - Paris
Tél. : 01 53 63 01 77 - Fax : 01 53 63 01 76 - lamaisonpropre@wanadoo.fr

Bourg-Joly Malicorne
Faïencerie d'Art
250 ans de savoir-faire exclusif pour personnaliser votre intérieur

tel : +33 (0)2 43 94 80 10 - info@bourg-joly-malicorne.com

Expertise comptable

Face à la crise actuelle, le cabinet d'expertise comptable ABC vous assiste dans la mise en place de solutions adaptées à vos difficultés

Le cabinet ABC au service de votre entreprise
Compta - Gestion - Fiscal - Social - Payes

Tél. : 01 44 69 06 06 · www.bricard-lacroix.com

AVEC EN VUE UN FORT DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ DE LA RÉCEPTION

Noura muscle son pôle événements

Après l'ouverture il y a un an d'un laboratoire de 1 800 m², le traiteur emblématique de la cuisine libanaise vient d'inaugurer un espace d'exposition pour ses clients.

Créé en 1989 par Jean-Paul Bou Antoun, Noura (qui signifie lumière en libanais) est devenu en vingt ans la référence de la cuisine libanaise dans la capitale. Avec six restaurants et deux boutiques-traiteurs, l'entreprise emploie aujourd'hui 350 employés et souhaite poursuivre son développement. Elle projette d'ouvrir une vingtaine de points de vente d'ici à quatre ans, et souhaite en parallèle se faire connaître dans le secteur de l'événementiel. Déjà présents sur ce marché, Jean-Paul Bou Antoun, rejoint par ses fils **Zyad et Paul**, vient ainsi d'inaugurer l'Espace Noura Événements, avenue Marceau, le berceau de l'entreprise. Celle-ci possède déjà un restaurant gastronomique, une brasserie et une boutique avec espace traiteur. "Cet espace a été conçu pour un meilleur accueil des clients. Nous pouvons leur proposer des produits qu'ils n'ont pas forcément dans nos restaurants, avec des mises en scène classiques ou des buffets, mais orientalisés", explique **Paul Bou Antoun**, directeur développement et communication. Noura Événements dispose d'une salle de 290 m² et d'une terrasse de 300 m² au neuvième étage de l'Institut du monde arabe. La société est aussi en mesure de proposer aux clients la privatisation de ses restaurants. Elle est également référencée au Pavillon Dauphine. "Notre cuisine se prête bien à l'événementiel, donc il était logique de nous orienter vers ce marché", admet Paul Bou Antoun. Leur objectif ? Passer de l'organisation de 25 événements par mois à une centaine en 2015.

Naya, premier laboratoire libanais agréé en France

Support de son développement dans les années à venir, la société libanaise a investi dans un laboratoire. "On ne pouvait pas envisager un développement avec les cuisines des restaurants", raconte **Éric**



Naya, le laboratoire de 1 800 m² implanté par Noura à Noisy-le-Grand (93).

Dufay, directeur du laboratoire. Naya (qui signifie 'sombre' en libanais) est la partie immergée de l'iceberg : 1 800 m² à Noisy-le-Grand (93) conçus pour pouvoir livrer 50 restaurants. Tout y est fait artisanalement par la quarantaine d'employés qui y travaillent en permanence, le hoummos (100 kg produits par jour) comme le caviar d'aubergine ou le taboulé, à base de matières premières qui



Chronologie

- 1989 : ouverture de la brasserie avenue Marceau
- 1992 : ouverture de la boutique traiteur avenue Marceau
- 1993 : Pavillon Noura
- 1996 : ouverture de Noura Montparnasse
- 2003 : ouverture de Noura Opéra
- 2006 : ouverture de Noura Val d'Europe, premier établissement en dehors de Paris
- 2008 : reprise du Zyriab à l'Institut du monde arabe
- 2009 : création de Noura Événements
- Horizon 2015 : 20 restaurants

viennent en grande partie du Liban. "Nous sommes le premier laboratoire libanais agréé de France. Le fait d'avoir eu l'agrément vétérinaire a suscité l'intérêt de certains mais on veut rester dans un souci de qualité, garder le côté artisanal, et puis nous n'utilisons ni conservateurs, ni stabilisateurs", développe le directeur. Des marques de grande distribution les ont approchés mais ils ne souhaitent pas forcément s'orienter vers ce créneau. "Dans cinq ans, je pense, nous serons à même d'aller en province où nous avons de plus en plus de propositions", conclut Paul Bou Antoun.

Julie Gerbet

Chez Noura, la cuisine est faite de manière artisanale.

Le recrutement et la formation chez Noura

"Pour garantir le savoir-faire et l'authenticité des recettes, 60% des employés de l'entreprise sont libanais et tous les chefs à la tête des restaurants Noura sont originaires de là-bas. Cela pose des difficultés de recrutement car il n'y a pas beaucoup de cuisiniers formés là-bas et ces derniers sont aspirés par les grands hôtels du Moyen-Orient. Pour l'instant, les employés sont formés de père en fils ou chez nous, mais il nous est venu l'idée de créer une école de formation Noura, aussi bien pour le service que la cuisine. Elle serait rattachée au laboratoire avec, pourquoi pas, une annexe au Liban", confie **Paul Bou Antoun**.

AVEC UNE MISE EN SCÈNE POP ET COLORÉE

Fauchon lance sa nouvelle collection Terroirs & Talents

Paris (VIII^e) Son fil conducteur est de trouver les meilleurs produits et de les mettre en avant de manière contemporaine. Une trentaine de pièces cocktails salées et autant de sucrées sont proposées.

Suite à son redéploiement il y a un peu plus d'un an sur le marché de l'événementiel haut de gamme, Fauchon Réceptions poursuit sa politique de développement. Sa dernière idée ? Travailler sur une thématique globale annuelle, dont la première collection s'intitule "Terroirs & Talents". "Nous avons voulu mettre en avant les meilleurs produits, affirme le chef **Marc-Henry Vergé**, l'agneau de lait du Pays Basque, l'esturgeon et le caviar de Sologne, les légumes de **Joël Thiébaud**... En amont, nous avons fait un travail de recherche par l'intermédiaire

de nos fournisseurs afin de trouver des petits producteurs. Au final, la collection est lookée et très gourmande." Ces beaux produits du terroir français sont proposés à travers une trentaine de pièces cocktails salées, une quinzaine d'animations et une trentaine de pièces sucrées (dont des desserts à l'assiette). Quelques exemples ? La Fougasse à partager au bœuf de l'Aubrac, le Gaspacho de petits pois frais, la Soupe de carotte pourpre au fenouil, le Foie gras au thon fumé et rhubarbe, le Comté de garde, réduction de Porto, sésame rosé à la betterave, le Petit chou fruité



Tartellettes de légumes croquants, artichaut et basilic.

aux fraises, framboises et rose, chantilly à la framboise. Le tout est présenté dans une mise en scène pop et colorée, et accompagné de vins biologiques sélectionnés par l'œnologue maison **Frédéric Brochet**. "Nous voulions nous réapproprier notre métier premier qui est de trouver les meilleurs produits, détaille **Nathalie Gouband**, responsable communication Fauchon Réceptions, et les mettre en scène de manière contemporaine." "Nous avons déjà testé deux ou trois fois cette nouvelle collection et les retours ont été excellents !", se réjouit le chef qui planche déjà sur les menus de Noël. **Ju. G.**

DE NOMBREUX ACQUÉREURS POTENTIELS

B&B bientôt à vendre ?

La société d'investissement Eurazeo, qui détient 73 % du capital de la chaîne hôtelière, serait prête à vendre sa participation pour 450 millions d'euros.



Depuis quelques mois, le bruit court sur une possible vente de B&B. Un article paru dans *Les Échos* le 20 mai a ravivé la rumeur. La société d'investissement Eurazeo, qui a racheté la chaîne en 2005 pour 383 millions d'euros et a acquis 73 % du capital de la holding, serait prête à vendre sa participation pour 450 millions d'euros.

Depuis cinq ans, B&B, dont **Georges Sampeur** préside le directoire, a connu une croissance fulgurante, non seulement avec le rachat de Villages Hôtel, mais surtout grâce à un travail de repositionnement du concept et la mise en place d'outils marketing plébiscités par les clients : un concept de chambres 'dans le haut de gamme de l'hôtellerie économique', un engagement environnemental fort et toute une gamme de services rehaussant le niveau de confort. Aujourd'hui, 3^e acteur sur le marché français de l'hôtellerie, le groupe possède

217 hôtels en Europe dont 182 en France sur les créneaux 1 et 2 étoiles, avec 16 162 chambres. Son développement européen se fait surtout en Allemagne avec 9 hôtels en propre ou en location et 5 en partenariat, en Italie avec 3 établissements, et en Pologne avec un premier hôtel.

Croissance à deux chiffres en 2009

En 2009, malgré une conjoncture défavorable à l'hôtellerie, B&B a enregistré d'excellents résultats, avec un chiffre d'affaires de 177,4 millions d'euros (soit une croissance de 11,3 % par rapport à 2008), un résultat d'exploitation en hausse de 50 % en France et un Ebitda avant loyer de 40 % en France comme en Allemagne. Le concept jeune et dynamique de B&B plaît à une clientèle d'affaires aussi bien que loisirs.

Pour Georges Sampeur, la cession n'est pas une surprise et elle pourrait coïncider avec la renégoc-

Chiffres clés

	2007	2008	2009
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	150	152	178
RevPAR France (en euros)	28,33	28,96	30,13
Ebitda (en millions d'euros)	61	64	71,2

ciation de l'engagement d'Eurazeo. La décision pourrait même intervenir avant l'été, et parmi les acquéreurs potentiels, on parle de fonds d'investissements comme LBO France, Carlyle, Axa Private Equity, mais aussi de groupes hôteliers : Whitbread, Travelodge ou InterContinental Group. Pour Georges Sampeur, "cela ne changera rien à la situation actuelle. Nous continuerons notre développement, avec la même équipe et le même projet." Cession ou pas, l'entreprise maintient le cap. **Évelyne de Bast**

À L'OCCASION DE SON 41^E CONGRÈS

Best Western approuve le choix du tout internet

La chaîne annonce une bonne reprise enregistrée pendant les quatre premiers mois de l'année, un programme de développement plus rapide que prévu, et le bon déroulement des travaux entrepris sur internet.



L'année a bien débuté, explique **Stéphane Gauthier**, directeur général de Best Western à l'occasion du 41^e congrès de la chaîne. Nous avons enregistré une hausse de 15,2 % du chiffre d'affaires comparé à 2009, même si les indicateurs (taux d'occupation et prix moyen) suivent la tendance mais de façon plus modérée. L'épisode du volcan ne nous aura finalement perturbé qu'une petite semaine, les clients qui étaient chez nous étant restés un peu plus longtemps que prévu. Quant aux mauvais résultats de la conjoncture européenne, il sont plutôt favorables à l'arrivée des Américains, lesquels vont bénéficier d'une meilleure parité du dollar et vont donc venir plus nombreux. Ils représentent 25 % de notre clientèle, et étant majoritaire dans nos 87 hôtels parisiens (30 % du parc). Nous avons prévu une croissance de 18 % en mai, 11 % en juin et 18 % en juillet."



Stéphane Gauthier, directeur général de Best Western.

Pour Stéphane Gauthier, toutes les opérations lancées en début d'année suivent leur cours et seront achevées à la fin de l'année, comme le nouveau portail internet Best Western, actuellement

en cours de reconstruction. De même, au congrès du groupe, les hôteliers ont adopté à la majorité le principe de payer des redevances fixes par forfait à la centrale de réservations (contre une redevance forfaitaire il y a quelques années, avec des montants qui allaient de 50 € à 500 € par chambre et par an par hôtel). Et toujours sur internet, la chaîne travaille à la création d'un blog de discussions spécifiques sur Facebook, "que nous voudrions développer en

différentes thématiques", précise Stéphane Gauthier, ajoutant que le projet n'est toutefois pas encore mûr.

Best Western affiche un développement plus important que prévu avec la perspective de 30 nouveaux inscrits à la centrale de réservations, contre 28 en 2009, "qui était déjà une bonne année", selon le directeur général.

La chaîne volontaire a donc le sourire. Mais Stéphane Gauthier reste prudent : "Le tourisme est un domaine sensible à de multiples facteurs extérieurs qui peuvent avoir des répercussions immédiates." **É. de B.**

UN ENGAGEMENT RÉCOMPENSÉ

L'Auberge basque à l'honneur dans le guide 'Éco chic'

Saint-Pée-sur-Nivelle (64) Françoise Kuijper a choisi l'établissement du chef **Cédric Béchade** pour présenter son guide de voyage chic et écologique.

Ancienne journaliste au magazine *Elle*, pour lequel elle a passé trente ans à vagabonder dans les plus beaux lieux de la planète, **Françoise Kuijper** était tout indiquée pour sélectionner dans le monde le must des destinations luxueuses et écolo-



Présentation d'Éco chic' à l'Auberge basque : **Cédric Béchade** aux côtés de **Françoise Kuijper**, conseillère éditoriale du guide.

giques. En France, l'Auberge basque, tenue par **Cédric Béchade**, est la première des six maisons présentées dans le guide *Éco chic*, publié par les Éditions du Pacifique.

Écrin vert au cœur du Pays basque, l'adresse posée face à la Rhune et à deux pas des plages de Saint-Jean-de-Luz est en osmose avec son cadre enchanteur. Développement durable et éco-gestion y sont des engagements de la première heure, aussi bien côté hôtel (11 chambres et un appartement) que côté cuisine. Les dernières nouveautés lancées en avril sont dans cette lignée : l'espace beauté a adopté les produits, soins et massages des spas Cinq Mondes. Côté table, est mis en place un nouveau concept destiné à "offrir plus de confort, de souplesse et de liberté" au fil de 18 suggestions de saison baptisées 'Moments'. Enfin, à l'heure du déjeuner ou de l'apéritif, la plancha invite désormais en terrasse. **Brigitte Ducasse**

L'AUBERGE BASQUE

D 307 VIEILLE ROUTE DE SAINT-JEAN-DE-LUZ
64310 SAINT-PÉE-SUR-NIVELLE

TÉL. : 05 59 51 70 00 • WWW.AUBERGEBASQUE.COM

LA BOURSE

Accor

- 7,45 % ↘

SBM

+ 1,14 % ↗

Hôtels de Paris

- 10,89 % ↘

Club Med

- 10,79 % ↘

Groupe Partouche

- 5,15 % ↘

ÉVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 16 ET LE 25-05-2010

EN BREF

Le nouveau visage du Monte Carlo Beach

Roquebrune-Cap-Martin (06) Après avoir signé la rénovation des intérieurs du Relais & Châteaux 5 étoiles, **India Mahdavi** s'est consacré aux extérieurs. Entre ses mains, le Beach Club a pris un coup de jeune. Pour le Monte Carlo Beach, elle avait imaginé une histoire sentimentale hors du temps, nourrie de l'imagerie de la Côte d'Azur. "Pour le Beach Club, c'est la légende de Palm Springs qui m'a inspirée : l'omniprésence de l'eau, de la mer, des lignes très graphiques et pures", indique-t-elle. La piscine, aux dimensions olympiques, et ses abords ont été les premiers à être repensés. L'élégance des lignes, la pureté des couleurs, les essences végétales précieuses prédominent. Deux cabines 'spa suites' dédiées aux soins esthétiques et aux massages, lui sont associées.

Côté restauration, le Bambou Bar et la Gelateria ont été réunis. Le nouvel aménagement a permis au Deck, le restaurant du club balnéaire, de gagner 100 m² de terrasse. On y déguste chaque midi une cuisine fraîche et simple, d'esprit brasserie de la mer. Les amoureux de la cuisine de **Jean-Claude Brugel** pourront aussi satisfaire leurs envies avec le restaurant Elsa, le buffet grill de la Vigie ou les suggestions internationales du Sea Lounge.

Anne Sallé

www.monte-carlo-beach.com

UN AN APRÈS LEUR MISE EN PLACE

Les prêts participatifs d'Oséo connaissent un démarrage poussif

En 2009, les pouvoirs publics, par le truchement d'Oséo, ont lancé un dispositif destiné à aider les hôtels dans leurs investissements. Puis un dispositif similaire a été mis en place pour les restaurants. Bilan d'étape en compagnie de Richard Livet, responsable du marché tourisme d'Oséo.

Propos recueillis par Évelyne de Bast

L'Hôtellerie Restauration : Le prêt participatif pour la rénovation de l'hôtellerie (PPRH) a été mis en place par Oséo il y a maintenant un an. Peut-on en rappeler les objectifs ?

Richard Livet : Le PPRH est un dispositif lié, au départ, aux nouvelles normes de classement. Il a pour objectif d'aider les hôtels à rénover leurs établissements dans le cadre de l'adoption de ces nouvelles normes. Son champ d'attribution a toutefois été étendu aux nouvelles normes de sécurité et d'accessibilité dont les échéances prochaines (2011 et 2015) vont également générer des travaux et donc des investissements.

Où en est-on aujourd'hui ?

Oséo a financé une centaine d'hôtels, de toutes catégories et de toutes tailles, sur l'ensemble de la France. Le démarrage a été plus lent que prévu, ce qui s'explique par plusieurs raisons : on connaît la nouvelle grille de classement depuis le début de l'année 2009, mais le mode opératoire du classement lui-même n'est opérationnel que depuis 2010. Les autres échéances, sécurité et accessibilité, plus lointaines, ont incité les hôteliers à prendre le temps d'avoir une vision globale des travaux nécessaires ; le tout en période de crise, ce qui n'aide pas à se décider à investir. La date butoir de juillet 2012 pour répondre aux nouvelles normes se rapprochant, les observateurs s'accordent pour dire que, dès que les grands groupes vont se lancer dans le classement de leurs établissements, cela constituera un top départ pour l'ensemble de la profession, et que la plupart des 20 000 hôtels concernés emboîteront le pas des chaînes. D'après un sondage MKG, il semblerait en effet que 34 % des hôteliers envisagent de faire des travaux en 2010, 41 % en 2011 et 25 % en 2012.

Dans le cadre des prêts réalisés, y a-t-il des zones géographiques qui ont joué les bons élèves ?

Il est encore un peu tôt pour faire un bilan qui soit significatif, toutefois des régions comme le Languedoc-Roussillon et l'Alsace ont été particulièrement performantes.

Peut-on établir un montant moyen des prêts ?

Le montant des PPRH s'élève en moyenne à 110 000 €, ce qui veut dire un financement global de 330 000 €, puisqu'un prêt bancaire accompagne systématiquement le PPRH et que son montant est au moins égal au double. À cela il convient d'ajouter qu'Oséo peut intervenir en garantie sur le prêt bancaire associé, jusqu'à 70 % dans certaines régions.

La raison de ce démarrage timide est-elle due à un déficit de communication ?

Il s'agit certainement plus d'un décalage dans le timing lié au contexte évoqué précédemment. Très en amont, Oséo a communiqué sur le PPRH à destination des syndicats professionnels, des chambres de commerce, des chaînes et groupements hôteliers, de la presse, des experts-comptables, et de nos partenaires bancaires. Nous avons largement diffusé l'information.

Les hôteliers connaissent peut-être mal les avantages du PPRH. Peut-on les rappeler ?

Le dispositif revêt des avantages importants pour les hôteliers parmi lesquels il convient de rappeler : l'absence de garantie de l'entreprise et de caution personnelle du dirigeant ; le différé d'amortissement ; un financement de parties immatérielles, peu prises en compte dans un crédit classique (comme les coûts fixes d'exploitation supportés pendant les travaux sans contrepartie de chiffre d'affaires) ; la possibilité d'avoir un taux aidé.

Par ailleurs, vous avez mis en place le même genre de dispositif pour la restauration ?

En effet, le prêt participatif pour la modernisation et la transmission de la restauration (PPMTR) a été créé dans le cadre du contrat d'avenir lié à la baisse de la TVA et est destiné à tous les restaurateurs qui s'engagent à respecter les termes de ce contrat. Il concerne les travaux de rénovation, de modernisation, de mise aux normes, et même de transmission, à partir du moment où des travaux de modernisation sont prévus par le repreneur. Opérationnel depuis l'automne, il est conçu sur le même modèle que le PPRH



Richard Livet : "Oséo peut intervenir en garantie sur le prêt bancaire associé, jusqu'à 70 % dans certaines régions."

pour l'hôtellerie, avec des nuances au niveau des caractéristiques.

Peut-on faire, là aussi, un premier bilan d'étape ?

À ce jour nous avons environ 50 dossiers pour un montant moyen de l'ordre de 70 000 €, ce qui semble vouloir dire que cette première vague correspond plutôt à des restaurants d'une certaine taille qui n'ont pas hésité à investir.

Quels sont aujourd'hui les objectifs d'Oséo vis-à-vis de ces deux dispositifs ?

Après une période d'attente, nous devrions assister à une montée en puissance des deux dispositifs, à partir du 2^e semestre 2010. Les perspectives de reprise de l'activité économique vont être pour nous un facilitateur et permettre aux hôteliers et aux restaurateurs de prévoir des investissements.

Enfin l'approche des 3 échéances réglementaires de mises aux normes (2011, 2012, 2015) va mécaniquement inciter les professionnels à réaliser les diagnostics en vue d'éventuels travaux.

Proposez-vous d'autres produits financiers pour les hôteliers et restaurateurs ?

Nous proposons, en plus de toute une gamme de crédit classique, une palette de 'prêts mezzanines' (sans garantie ni caution du dirigeant, avec un différé de remboursement), aux côtés de nos partenaires bancaires, qui couvrent tous les besoins des entreprises, avec des montants qui varient selon les produits dans une large fourchette qui va de 2 000 € à 3 ME. La description de toutes ces solutions de financement et leurs conditions sont sur notre site www.oseo.fr ou peuvent être demandées dans l'une de nos 37 antennes régionales.

Les prêts participatifs d'Oséo

	Montant	Éligibilité	Prêt bancaire associé	Garantie demandée	Durée	dont différé de remboursement du capital	Taux
PPRH : Prêt participatif pour la rénovation de l'hôtellerie	40 000 € à 300 000 €	PME (définition européenne)	2 fois le PPRH	aucune	7 ans dont 5 ans différés de remboursement du capital		aidé sous conditions
PPMTR : Prêt participatif pour la modernisation et la transmission de la restauration	30 000 € à 120 000 €	Tout type d'entreprise souscrivant au contrat d'avenir	2 fois le PPMTR	aucune	2 ans dont 1 an différé de remboursement du capital		aidé systématiquement

Infographie : Stéphanie Goutte

Ils ont traité avec Oséo...

Sylvain Hallet et Pascal Oudéa, la Table d'Arthur, Charleville-Mézières (08)

"Nous avons un projet d'extension très important : la création d'une nouvelle salle de restaurant et l'ouverture d'un nouveau magasin de vins dans Charleville-Mézières. Notre banque a présenté le dossier à Oséo dans le cadre du PPMTR. Nous avons été très surpris de leur réactivité et de la rapidité dans le montage du dossier. Oséo nous a proposé de prendre en charge un tiers de l'investissement et deux banques se sont partagées les deux autres tiers. Le différé nous permettra de lancer l'affaire avant d'effectuer notre premier remboursement. Notre projet, d'un montant de 400 000 €, doit nous permettre d'embaucher deux personnes à temps plein."

François Querné, FGM Pizza

"Nous avons monté un dossier PPMTR dans le cadre d'un projet de financement d'un nouvel établissement. Notre investissement était de 70 000 €. C'est notre banque qui nous a présenté Oséo. Tout s'est bien passé et nous avons en perspective d'embaucher deux personnes en contrat d'insertion."

L'ASIE TIRE LE MARCHÉ

Bilan encourageant pour IHG au 1^{er} trimestre

InterContinental Hotels Group profite de la reprise du tourisme d'affaires, estime Andrew Coslett, président du groupe.

Les résultats du premier trimestre 2010 font état pour InterContinental Hotels Group d'une reprise d'activité, avec un chiffre d'affaires en augmentation de 3 % et des bénéfices en hausse de 15 %. La première chaîne internationale affiche donc au premier trimestre des résultats tout à fait encourageants. Ainsi, le RevPAR a augmenté de 0,2 % à taux constants, enregistrant même un bond de + 4,1 % en mars.

La zone Asie Pacifique a elle connu une bonne résistance avec une progression du RevPAR de 10 %, et plus particulièrement en Chine, avec + 22,2 %.

38 hôtels ont été ouverts ou repris au cours du premier trimestre. Cela représente 5 151 chambres, pour un parc total de 651 830 chambres et 4 476 hôtels. Enfin, la dette est passée de 1,1 milliard de dollars à 200 millions de dollars entre le 31 décembre et le 31 mars 2010.

De bonnes perspectives de fréquentation s'offrent au groupe avec un mois d'avril qui, déjà, présente un RevPAR en progression à taux constants de 5,2 %, soit + 3,7 % pour les Amériques, + 5 % pour la zone Europe, Moyen-Orient, Afrique, et de + 13 % pour la zone Asie Pacifique dont 27,1 % rien que pour la Chine.

Pour **Andrew Coslett**, directeur du groupe, "c'est la première fois depuis dix-huit mois que nous assistons à une augmentation du RevPAR lié à un taux d'occupation en progression. L'Asie est toujours leader sur tous les marchés. (...) Le tourisme d'affaires a par ailleurs repris, surtout dans la catégorie 'haut de gamme' et 'luxe'. Malgré une situation financière encore délicate, nous avons signé 55 hôtels, et pensons en ouvrir 300 cette année. Enfin, la remise à niveau des Holiday Inn se poursuit bien, un tiers des hôtels étant maintenant aux nouveaux standards du groupe. Nous sommes confiants dans l'avenir."

Evelyne de Bast

DES PRÉVISIONS OPTIMISTES POUR 2010

Starwood renoue avec la croissance

Au 1^{er} trimestre, le groupe annonce un chiffre d'affaires de 1,19 milliard de dollars, en hausse de 5,3 % par rapport au 1^{er} trimestre 2009.

Starwood a bien démarré l'année 2010, enregistrant un chiffre d'affaires en hausse de 5,3 %, grâce notamment à la hausse des revenus managés (+ 6,3 %). Les économies décidées par le groupe ont eu des résultats significatifs, avec une diminution des charges de 11,1 %. Le bénéfice réalisé au 1^{er} trimestre est de 30 M\$, à comparer aux 6 M\$ enregistrés à la même période l'an dernier. Starwood poursuit également sa politique de développement accéléré en franchise avec, au cours du premier trimestre, la signature de 13 hôtels en contrat de management et en franchise, représentant environ 3 000 chambres, et l'ouverture de 14 hôtels et resorts représentant environ 2 600 chambres.

W en force

L'activité hôtelière de Starwood présente des signes de reprise, avec un taux d'occupation en hausse de 5,2 % et un RevPAR réalisé de 6,3 % (toutes marques et destinations confondues). En revanche, les prix moyens, qui avaient fortement diminué en raison d'une activité en berne connaissent une baisse de 2,6 % par rapport au 1^{er} trimestre 2009. La marque W, sur laquelle le groupe concentre ses projets les plus emblématiques, atteint elle un niveau record : + 20,1 % de RevPAR et + 14 % de taux d'occupation (TO), malgré un prix moyen en retrait de 5,8 %, sans doute en raison des nombreuses ouvertures de la marque en 2009. De son côté, Sheraton, la marque la plus ancienne du groupe, annonce un résultat

		Les résultats de Starwood											
		Amérique du Nord		Europe		Afrique-Moy.Orient		Asie-Pacifique		Amérique latine		Monde	
		Total	Franchisés	Total	Franchisés	Total	Franchisés	Total	Franchisés	Total	Franchisés	Total	Franchisés
RevPAR (en \$)	2010	91,02	109,93	107,96	116,15	134,92	135,71	101,26	98,20	82,70	85,96	97,85	109,84
	2009	88,54	107,23	97,47	204,41	136,78	139,05	83,73	78,69	82,90	89,15	92,05	103,02
	Var n-1	+ 2,8 %	+ 2,5 %	+ 10,8 %	+ 10,2 %	- 1,4 %	- 2,4 %	+ 20,9 %	+ 24,8 %	- 0,2 %	- 3,6 %	+ 6,3 %	+ 6,6 %
Prix moyen (en \$)	2010	147,10	169,79	191,50	105,40	190,82	191,80	160,54	159,73	142,34	152,74	158,18	174,19
	2009	154,95	181,92	186,11	197,65	206,21	209,64	154,24	152,93	146,12	157,49	162,47	180,47
	Var n-1	- 5,1 %	- 6,7 %	+ 2,9 %	+ 3,4 %	- 7,5 %	- 8,4 %	+ 4,1 %	+ 4,4 %	- 2,6 %	- 3 %	- 2,6 %	- 3,5 %
Taux d'occupation	2010	56,4 %	56,8 %	56,4 %	56,8 %	70,7 %	70,8 %	63,1 %	61,5 %	58,1 %	56,3 %	61,9 %	63,1 %
	2009	52,4 %	53,3 %	52,4 %	53,3 %	66,3 %	66,3 %	54,3 %	51,5 %	56,7 %	56,6 %	56,7 %	57,1 %
	Var n-1	+ 4 %	+ 3,5 %	+ 4 %	+ 3,5 %	+ 4,4 %	+ 4,5 %	+ 8,8 %	+ 10 %	+ 1,4 %	- 0,3 %	+ 5,2 %	+ 6 %

positif tant en termes de TO, que de prix moyen et de RevPAR.

L'Asie est la région du monde à avoir le plus profité de la reprise de l'activité économique avec + 20,9 % de RevPAR et + 8,8 % de TO, loin devant l'Europe (+ 10,8 % de RevPAR et + 4 % de TO ; des prix moyens en hausse dans les deux cas). À noter également, l'effort particulier de Starwood en Inde, avec l'annonce de l'augmentation de 60 % de son portefeuille d'ici à 2013.

Enfin, Starwood table sur des prévisions optimistes pour l'année 2010, et prévoit une croissance du RevPAR de 5 à 8 %, toutes marques et toutes destinations confondues, et à taux de change égal.

É. de B.

APRÈS LES RETOMBÉES DE L'ÉRUPTION DU VOLCAN EYJAFÖLL

L'instabilité de l'euro va-t-elle retarder la sortie de crise ?

L'inquiétude autour de la monnaie européenne pourrait ralentir la reprise de l'industrie hôtelière dans les pays de l'Union.

Tandis que les trois premiers mois de l'année présentaient une amélioration dans l'activité hôtelière, plusieurs événements récents - au premier rang desquels l'éruption du volcan Eyjaföll mais aussi la crise économique liée à la dette souveraine grecque -, pourraient bouleverser la donne pour l'avenir. Un phénomène à double tranchant, cependant : si le spectre d'une crise monétaire européenne peut pénaliser les clientèles européennes, elle resterait favorable à l'arrivée de clientèles américaines, taux de change favorable du dollar oblige. D'après le bureau d'études MKG, l'industrie hôtelière a connu un début d'année marqué par une tendance haussière encore fragile dans toute

l'Union européenne, et notamment dans trois pays : l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. L'Allemagne enregistre une légère progression du TO. La France connaît une amélioration de 3,5 points ; le Royaume-Uni enregistre des prix moyens qui reculent en mars après deux mois d'une augmentation plutôt poussive ; l'Espagne et l'Italie voient une augmentation de 5 points de leurs taux d'occupation mais, en raison de prix faibles conservent encore des RevPAR très bas. En queue de peloton, le Portugal n'a connu ni augmentation de TO ni de prix moyen.

Prudence

Pour la situation de la France, **Patrick Sanville**, di-

recteur de BNP Paribas Real Estate Hotels, analyse : "Après un recul du RevPAR de 8,5 % en 2009, le 1^{er} trimestre 2010 voit les premiers signes de reprise avec un RevPAR en hausse d'un peu plus de 1 % par rapport au 1^{er} trimestre 2009. Avant la crise de la dette grecque, les prévisions de croissance du PIB se situaient entre 1,2 et 1,7 %. Le mois d'avril ne semble pas avoir été très bon en raison de l'éruption du volcan islandais alors que mai n'aura bénéficié cette année que d'un pont favorable à l'arrivée d'une clientèle de tourisme loisirs. Tous ces éléments conduisent à la prudence en matière de prévisions, sachant que la plupart des budgets 2010 des chaînes hôtelières sont stables ou en très légère augmentation par rapport à 2009."

É. de B.

CONCEPTEUR - FABRICANT - DISTRIBUTEUR



MOBILIER HÔTELS,
RESTAURANTS,
COLLECTIVITÉS &
ARTS DE LA TABLE



www.2imahl.fr

**CATALOGUE ROLAND VLAEMYNCK
PROFESSIONNEL 2010
GRATUIT**
sur simple demande

316 pages

**OFFRE SPÉCIALE
CHR 10 000**
chaises MELODY
Structure aluminium,
tressage résine Wicker,
coloris Ébène. Empilable.

moins de 50€ la chaise
TARIFS DÉGRESSIFS
PAR QUANTITÉS

CONTACTEZ - NOUS
PAR FAX : 03 21 39 99 08 OU PAR COURRIER
B.P.264 - 62504 SAINT-OMER CEDEX/FRANCE
TEL.: 03 21 39 84 09 - E.mail : rvlaemynck@vlaemynck.com

Retrouvez nos collections sur
www.vlaemynck.com

Vous cherchez à mesurer la qualité de vos prestations ?
Vous cherchez des formations pour vous ou vos collaborateurs ?



Spécialistes en Hôtellerie Restauration

14 ans d'expérience à votre service
Couverture Nationale et tous pays francophones

Tél. +33 (4) 93 64 01 26 www.actifh.com

ÉCOLE DU VIN
DE PARIS

L'École du Vin propose aux amateurs
avertis et aux professionnels des
formations intensives diplômantes
de 3 jours (21h). Financement par le DIF.



école du vin

Contactez Noémie NICOLLE : 01 43 41 33 94
www.ecole-du-vin.fr

Logiciel de gestion hôtel/restaurant
répond à toutes les exigences des établissements
indépendants, groupes & chaînes

Réervations
Fichier clients
Distribution Internet intégrée
Facturation
Gestion stocks

Optez pour une solution complète,
fiable & simple d'utilisation

contacthr@amadeus-hospitality.com
Tél. 01 69 47 62 22
www.amadeus.com/fr/hotels



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

L'employeur peut différer deux demi-journées de repos hebdomadaire

Actuellement employé dans un établissement permanent en contrat à durée indéterminée, je voudrais savoir si l'employeur peut n'accorder qu'un seul jour de repos par semaine en mai, juin, juillet et août et différer les deux demi-journées restantes ? Merci de votre réponse.

Mawrite

L'article 21 de la convention collective des CHR du 30 avril 1997 accorde deux jours de repos hebdomadaire aux salariés mais prévoit aussi qu'ils ne sont pas forcément consécutifs et peuvent se décomposer en 1 jour et 2 demi-journées non consécutives. Dans les établissements permanents, l'employeur peut accorder les deux jours de repos selon les modalités suivantes :

- a) 1,5 jour consécutif ou non :
- 1,5 consécutif ;
 - 1 jour une semaine et 2 jours la semaine suivante, non obligatoirement consécutifs ;
 - 1 jour une semaine et la demi-journée non consécutive lors de cette même semaine ;
 - 1 jour dans la semaine et la demi-journée cumulable sans que le cumul puisse être supérieur à six jours.

La demi-journée travaillée ne peut excéder 5 heures consécutives avec une amplitude maximale de 6 heures.

b) une demi-journée supplémentaire

Cette demi-journée peut être différée et reportée à concurrence de deux jours par mois.

Là encore, la demi-journée travaillée ne peut excéder 5 heures.

- Le repos non pris devra être compensé au plus tard :
- dans les 6 mois suivant l'ouverture du droit à repos dans les établissements permanents de plus de 10 salariés ;
 - dans l'année suivant l'ouverture du droit à repos dans les établissements permanents de 10 salariés au plus.

À la lecture des conditions dans lesquelles le repos hebdomadaire doit être accordé dans un établissement permanent, l'employeur doit accorder au minimum un jour de repos hebdomadaire. Il peut cumuler la première demi-journée de repos, sans que le cumul puisse être supérieur à 6 jours.



Ce qui veut dire qu'il peut reporter cette demi-journée pendant une période de 12 semaines, soit à peu près trois mois.

Quant à la demi-journée supplémentaire, elle peut être reportée à concurrence de deux jours par mois, ce qui donne la possibilité de reporter cette demi-journée pendant 4 semaines.

En résumé, votre employeur peut différer ces deux demi-journées de repos, sur une période de 12 semaines, soit 3 mois et non 4 comme indiqué. En outre, il faut aussi regarder ce qui est précisé dans votre contrat de travail.

Si votre contrat mentionne que vous avez droit à deux jours de repos par semaine, votre employeur ne peut utiliser cette possibilité de report du repos prévue par la convention collective sans vous demander votre accord. Car il s'agit alors de la modification d'un élément essentiel de votre contrat.

Lire la suite de la discussion avec le code 12161B sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

➔ Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet 'Droit du travail en CHR + modèles' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Incidence de la rupture du contrat de travail en cours de modulation

J'applique la modulation du temps de travail. Une salariée embauchée le 2 janvier, qui a fait des heures supplémentaires qu'elle devait rattraper durant l'été, est partie sans donner signe de vie le 15 avril. Puis-je considérer que les jours d'absence compensent les heures supplémentaires ou bien dois-je lui payer ses heures supplémentaires ?

Hotel 13

Votre salariée est partie le 15 avril, vous devez la payer jusqu'à cette date et en outre régulariser les heures supplémentaires effectuées pendant la haute saison d'hiver en les payant avec leur majoration. Même si cette salariée est partie sans motif ni respect de son préavis, vous ne pouvez vous faire justice vous-même en compensant ces heures d'absence par les heures supplémentaires qu'elle a effectuées. Mais rien ne vous interdit de réclamer des dommages et intérêts devant le conseil des prud'hommes. Sachez que lorsqu'un salarié

n'a pas accompli la totalité de la période de modulation du fait de son entrée ou de son départ de l'entreprise au cours de cette période, l'employeur devra régulariser sa rémunération sur la base des heures effectivement travaillées par rapport à l'horaire moyen hebdomadaire. En clair, l'employeur doit abandonner la rémunération lissée et recalculer les droits du salarié. La rémunération qui ne correspond pas à du temps

de travail effectif sera prélevée sur le dernier bulletin de salaire. En cas de trop perçu par le salarié, l'employeur peut donc régulariser sur son dernier bulletin de paie. Si le salarié a effectué des heures excédentaires par rapport à l'horaire moyen de travail, ces heures seront indemnisées avec les majorations applicables aux heures supplémentaires. Lire la suite de la discussion avec le code 12016B sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

➔ Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet 'Droit du travail en CHR + modèles' sur www.lhotellerie-restauration.fr



Taux horaire minimum conventionnel

8,92 €

Taux horaire Smic

8,86 €

Valeur du repas

3,31 €

Plafond Sécu.

2 885 €

Indice du coût de la construction

1 507

Révision : + 7,18 %

Renouvellement :

+ 33,72 %
(4^e trimestre 2009)

Taux de chômage

9,5 %

(3^e trimestre 2009)

lhotellerie-restauration.fr

MÉMO

Hubert Vilmer,
nouveau président du Snarr

Hubert Vilmer.

Lors du conseil d'administration du 18 mai 2010, le Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide (Snarr) a élu son nouveau président, **Hubert Vilmer** (Quick France) en remplacement de **Jean-Paul Brayer**, démissionnaire. Hubert Vilmer, 51 ans, a rejoint Quick en 2003. Il occupe le poste de directeur des flux groupe, pôle regroupant les directions achats, logistique, R&D et qualité. Il occupe aussi les fonctions de président de l'Emra (European Modern Restaurant Association). Cette association, qui regroupe les acteurs européens des formes modernes de restauration, est l'interlocuteur reconnu de ce secteur auprès des instances européennes. "En tant que nouveau président, je m'attacherai à donner à notre syndicat toute la visibilité qu'il mérite, à défendre sa diversité et à mettre en exergue le dynamisme et l'innovation de ce secteur", a déclaré Hubert Vilmer. Créé en 1984, le Snarr, seul syndicat représentatif du secteur de la restauration rapide, regroupe 134 enseignes représentant 1 239 adhérents et 3 000 établissements.

Pascale Carbillet

Composition du bureau

- **Président** : Hubert Vilmer, Quick France
- **Vice-président** : Thierry Manzolini, Brioche Dorée
- **Vice-président** : Vincent Quandalle, McDonald's
- **Trésorier** : Ludovic Agnieray, Les Boutiques Bonne Journée
- **Secrétaire** : Sophie Duprez, Groupe Crousti

TOUT RECOURS DEVANT LES TRIBUNAUX EST INUTILE

Pas d'échappatoire à la redevance Sacem pour les hôteliers

La Cour de cassation a réaffirmé dans un arrêt en date du 14 janvier 2010 que le caractère privé de la chambre d'hôtel n'exclut pas le paiement de droits Sacem. Cette décision vient confirmer définitivement la position déjà prise par la Cour de justice de la communauté européenne en 2006.

Bien qu'occupant les chambres à titre privé, les clients d'un hôtel sont considérés comme un public et la communication d'une œuvre opérée au moyen d'appareils de télévision constitue un acte de communication au public au sens de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 mai 2001.

Conséquence directe : la communication des programmes audiovisuels de télédiffusion contenant des œuvres musicales soumises à autorisation, les hôtels sont tenus de payer à la Sacem (au bénéfice final des auteurs) les redevances y afférentes.

Une jurisprudence claire et définitive

Dès 1994, la Cour de cassation a jugé que l'ensemble des clients de l'hôtel constitue un public et ce, bien que chacun des clients occupe à titre privé une chambre individuelle. La même position a été adoptée au niveau communautaire par la Cour de justice des communautés européennes qui, aux termes d'un arrêt de 2006, a jugé que la distribution d'un signal au moyen d'appareils de télévision par un établissement hôtelier aux clients installés dans les chambres de cet établissement, quelle que soit la technique utilisée, constituait un acte de communication au public, soumis à l'autorisation des auteurs des œuvres communiquées.

Malgré cette jurisprudence claire, la Cour de cassation a estimé nécessaire de rappeler, en début d'année, la position nationale et la position communautaire dans un arrêt du 14 janvier 2010 : les hôteliers doivent s'acquitter de la redevance auprès de la Sacem et tout recours devant les tribunaux sur cette question est inutile. Les magistrats ont choisi de diffuser largement cette décision : elle a été adoptée par la formation plénière de la 1^{ère} chambre civile de la Cour de cassation, et cette dernière a, de plus, décidé de publier cette décision dans son bulletin d'information bimensuel et sur son site internet, la rendant visible à un maximum de lecteurs.

Quelles démarches doivent entreprendre les hôteliers pour être en conformité avec la réglementation ?

Un hôtel qui souhaite équiper ses chambres de télévisions doit impérativement en informer la délégation de la Sacem dont il dépend, en fonction de son implantation géographique. Si l'équipement audiovisuel des chambres doit être déclaré, il en est de même pour la sonorisation des halls, salons, paliers d'étages et ascenseurs. Les critères de



Un hôtel qui souhaite équiper ses chambres de télévisions doit impérativement en informer la délégation de la Sacem dont il dépend.

calcul du montant de la redevance annuelle due à la Sacem portent principalement sur la catégorie de l'établissement et le nombre de chambres équipées. L'équipement des chambres devra être précisément décrit : les chambres sont-elles équipées d'un téléviseur, d'une radio, d'un lecteur CD ou DVD ? Ces services sont-ils payants ? Si oui, combien sont-ils facturés au client ?

À titre d'exemple, un hôtel de 100 chambres équipées chacune d'un poste de télévision versera en moyenne 805 E HT s'il s'agit d'un 2 étoiles, 955 E HT s'il s'agit d'un 3 étoiles, 1 120 E HT s'il s'agit d'un 4 étoiles.

Suite à la détermination du montant de la redevance annuelle, l'hôtel conclut un contrat annuel avec la Sacem et en accord avec cette dernière, la fréquence des versements pourra être mensuelle, trimestrielle ou annuelle.

Des sanctions dissuasives

En cas d'absence de déclaration, la Sacem et/ou les titulaires de droits sur les œuvres diffusées par l'hôtel peuvent agir en justice pour contrefaçon du fait de la communication illicite au public d'œuvres protégées. Dans le cadre d'une action civile, la juridiction prend notamment en considération, pour calculer le montant de la condamnation, le montant de la redevance qu'aurait dû verser l'hôtel à la Sacem et la durée pendant laquelle celui-ci a illicitement diffusé des œuvres, majorée le cas échéant d'un préjudice moral qu'auront pu subir les titulaires de droits. Une action pénale est également ouverte aux titulaires de droits et à la Sacem, car la contrefaçon caractérise un délit. En l'espèce, il s'agit de contrefaçon de droits d'auteur, relevant de l'article L.335-3 du code de la propriété intellectuelle, prévoyant une peine de 3 ans de prison et 300 000 E d'amende.

Delphine Brunet-Stoclet (avocate associée chez SBKG & associés)

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





DANS LA CONTINUITÉ DES MESURES IMPULSÉES NATIONALEMENT PAR L'ENSEIGNE

Best Western Hôtel de la Paix : l'Écolabel arrive en Champagne-Ardenne

Reims (51) Cet établissement 3 étoiles est le premier de la région à recevoir l'Écolabel européen. Un pas bénéfique pour l'environnement... et des clients sensibles à cette démarche.



À u cœur de la cité des sacres, également reine de l'appellation Champagne, les touristes du Best Western Hôtel de la Paix peuvent bénéficier d'un nouvel atout : la certification Écolabel. Une première en Champagne-Ardenne. **Antoine Renardias** - quatrième génération d'hôteliers à la tête de cet établissement 3 étoiles de 169 chambres - a choisi d'agir en faveur de l'environnement. Son hôtel devient donc la première entreprise de Champagne-Ardenne à recevoir le label écologique européen. Cette certification garantit aux clients que "tout est mis en œuvre pour limiter l'impact sur l'environnement de l'exploitation de cet hôtel". Elle s'intègre dans la démarche impulsée par la direction de Best Western France, où une collaboratrice s'occupe exclusivement de conseiller les associés en matière de démarche durable, d'économie d'eau et d'énergie.

Tout le personnel formé

Contact a été pris avec l'organisme certifiant Afnor, afin de déterminer les améliorations à mettre en place pour prétendre à la labellisation écologique. Depuis plusieurs années, notamment à travers le tri sélectif des déchets, une démarche de protection de l'environnement avait été initiée dans l'hôtel. Il n'a donc pas été trop compliqué pour ce Best Western de se mettre au niveau des critères exigés. En février dernier, le personnel de l'hôtel a d'abord reçu une formation spécifique :



Le Best Western Hôtel de la Paix mise aussi sur un mode de déplacement écologique, en proposant des vélos.

introduction de nouveaux produits d'entretien avec leurs dosages écologiques, rappel des règles de tri, sensibilisation aux fuites d'eau...

Ce qui change pour la clientèle

Pour les clients, ce label garantit que les ressources utilisées et les produits consommés sont plus respectueux de l'environnement. La certification s'appuie sur une série de principes :

- 50 % de l'électricité achetée est produite à partir de sources d'énergies renouvelables ;
- des éclairages en LED sont déployés ; un coupe-circuit électrique automatique est installé dans la chambre (lorsque le client en sort, les lumières s'éteignent automatiquement) ; dans les parties communes, des détecteurs de présence gèrent automatiquement l'éclairage ;
- le système de climatisation dispose d'une gestion centralisée ;
- des économiseurs d'eau dans les salles de bains en limitent le débit sans conséquences pour le confort du client ;
- en extérieur, des dispositifs rationnels de consommation d'eau pour l'arrosage sont mis en place ;
- pour la piscine, un système de dosage automatique utilise une quantité réduite de désinfectant ;
- dans les chambres, des poubelles distinctes per-

- mettent le tri sélectif immédiat par le client ;
 - dans les salles de bain, des distributeurs de savon remplacent les produits d'accueil individuels, afin de limiter la génération de déchets ;
 - verre, plastiques, aluminium, papier et cartons sont recyclés ;
 - les fournisseurs sont sollicités pour référencer et utiliser des produits disposant de l'Écolabel et de sa fleur verte.
 - Sur le buffet du petit-déjeuner, l'hôtel propose un choix de confitures bio et le sucre en vrac a remplacé les sucres emballés.
 - L'établissement utilise des bouteilles en verre consigné.
- Pour impliquer la clientèle dans cet engagement, un dépliant déposé dans chaque chambre explique les modalités pratiques de l'Écolabel. Le Best Western Hôtel de la Paix précise sa chance "d'avoir une large clientèle fidèle, qui accueille ces améliorations de façon très positive". 70 % de la clientèle est étrangère, venant principalement de Belgique et d'Allemagne... Des pays où ces mesures sont entrées depuis bien longtemps dans les mœurs...

Thierry Perardelle

BEST WESTERN HÔTEL DE LA PAIX

9 RUE BUIRETTE
51100 REIMS
TÉL. : 03 26 40 04 08
WWW.HOTEL-LAPAIX.FR



Retrouver l'encadré précisant les conditions de l'Écolabel européen en tapant le mot-clé **RTRg8829** sur le moteur

de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

LES BÉNÉFICES SONT NOMBREUX POUR LES RESTAURATEURS

Réaliser le Bilan Carbone de son restaurant

Développé par l'Ademe, cet outil permet de comptabiliser les émissions de gaz à effet de serre engendrées par toute l'activité d'un établissement : cuisine, plonge, salle, logistique, gestion des déchets.

Explications et mode d'emploi.

Le Bilan Carbone® concerne les établissements de toute taille. Si le Grenelle 2 n'obligera que les entreprises de plus de 500 salariés à s'y soumettre, les chefs d'entreprises de taille plus modeste ont tout intérêt à s'engouffrer dans la démarche. Il s'agit de comptabiliser toutes les émissions de gaz à effet de serre (GES) induites par l'activité d'un établissement : celles-ci seront exprimées en équivalent CO₂ (gaz carbonique). Exemple : combien de GES émet la consommation électrique d'un restaurant ? La méthode implique de retracer cette dernière, factures électriques à l'appui, sur tout le périmètre de l'établissement. Les points de gaspillage seront alors mis en lumière, et l'exploitant pourra y remédier, en réduisant l'impact de son activité sur l'environnement mais aussi en réalisant des économies. Ce qui n'est pas négligeable au moment où, très volatils, les prix de l'énergie sont voués à augmenter. Autre exemple : les équipements produisant du froid fonctionnent avec des fluides. Les vitrines réfrigérées des rayons en vente à emporter ou les gaz des installations de refroidissement représen-

tent un poste élevé d'émission souvent insoupçonné. La climatisation, surtout quand celle-ci est mal réglée, pèse également en termes de GES. La réalisation d'un Bilan Carbone® peut permettre d'identifier des fuites. D'autres axes sont envisageables, comme celui du calcul de l'empreinte carbone d'un menu, par exemple.

Amélioration de l'image

"Les bénéfices retirés d'un Bilan Carbone® sont nombreux : amélioration de l'image, maîtrise des dépenses, sensibilisation des clients, motivation du personnel", explique **Marie-Paule Maréchal**, du cabinet de conseil Genos, habilité par l'Ademe. Le périmètre d'un bilan carbone est large : lieux de production (cuisines, laboratoires de fabrication pour les traiteurs...), cuisines centrales, chaînes d'approvisionnement en produits frais, surgelés, épicerie, chaîne de distribution s'il y a des livraisons chez les clients, drives-in, déplacements domicile-travail des employés...



Marie-Paule Maréchal, du cabinet Genos, précise que la démarche demande avant tout que "le chef d'entreprise définisse les objectifs de réduction de gaz à effet de serre et les plans d'action associés".

"Un Bilan Carbone® démarre toujours avec une réunion de cadrage pour identifier les acteurs de la chaîne qui participeront à la démarche, afin de préciser le périmètre. Ensuite, les

étapes consistent à collecter les données, les analyser, valider les hypothèses et formaliser les résultats. Il faudra enfin et surtout que le chef d'entreprise définisse les objectifs de réduction de GES et les plans d'action associés", explique Marie-Paule Maréchal.

Lydie Anastassion (Restauration21)

RESTAURATION21.TYPEPAD.COM



Retrouvez un encadré sur le coût du bilan carbone en tapant le mot-clé **RTR59050** sur le moteur

de recherche www.lhotellerie-restauration.fr

EN BREF

7 CDI signés lors du 6^e Forum emploi formation du Gué-à-Tresmes



6^e Forum emploi formation du Gué-à-Tresmes.

Le lycée du Gué-à-Tresmes de Congis-sur-Thérouanne (77) et l'association hôtelière Asauce ont organisé la 6^e édition de leur Forum emploi formation. But de la journée : permettre à tous les élèves de l'établissement et à toutes les personnes à la recherche d'un poste (apprentissage, stage, CDD, CDI...) d'obtenir conseils, orientation, voire un emploi. Mission accomplie puisque 7 CDI ont été signés dans la journée. Les entreprises présentes étaient, entre autres, Chateaufort, Plaza Athenée, Air France, Avenance Elior, Courtepaillé...

Projet pédagogique 'Nouvelles technologies et recherche d'emploi'
Dans le cadre du projet pédagogique 'Développer l'utilisation des nouvelles technologies dans la recherche d'emploi' lancé par l'inspection générale, l'Aflyth et l'Hôtellerie Restauration, les élèves ont pu suivre un atelier sur l'utilisation d'internet dans la recherche d'emploi, le dépôt de CV et de lettre de motivation.

Tous les finalistes et les membres du jury pour la photo souvenir.

UNE COMPÉTITION ORGANISÉE PAR INTERBEV

Un podium 100 % féminin pour le concours Le Bœuf, les races à viande

Paris (1^{er}) Lucie Delecourt, du lycée Marguerite Yourcenar de Beuvry (62), a remporté la finale, au Ritz, devant deux autres jeunes filles.

Lucie Delecourt, radieuse, n'en revient pas. C'est sur les conseils de son professeur, **David Hubière**, qu'elle a tenté l'aventure, sans y croire. "Je ne m'y attendais pas. Je n'étais pas satisfaite", dit-elle encore étonnée. Son parcours ? BEP et bac pro service, mention complémentaire barman, une année de mise à niveau et aujourd'hui en 1^{re} année de BTS au lycée Marguerite Yourcenar de Beuvry (62). La cuisine, ça l'intéresse, mais ce qui la passionne, c'est le service ! Sa Trilogie de bœuf aux pistaches, millefeuille d'asperges, surprise de topinambours réalisée dans les quatre heures imparties a pourtant conquis le jury dégustation composé de **Michel Roth**, chef des cuisines du Ritz, **Jean-Louis Bignon**, membre de l'Académie de la viande, **Cédric Chabaudie**, second de **Bernard Vaussion** au palais de l'Élysée, **Didier Avril**, chef des cuisines du Cercle de l'union interalliée, **Philippe Boé**, chroniqueur gastronomique, et **Dorian Nieto**, auteur culinaire et blogueur. Mais aussi le jury cuisine avec **David Goulaze**, chef à l'École Ritz Escoffier, **Marc Galais**, expert culinaire



De gauche à droite : **Roxane Pujol** (2^e), **Lucie Delecourt** (1^{re}) **Michel Roth** et **Jeanne Fougeret** (3^e).

chez TransGourmet et **Simon Saïd**, second de Michel Roth. "Les femmes sont de plus en plus nombreuses en cuisine, où elles réalisent un travail pointilleux et très sérieux. Il est normal que nous les retrouvions désormais dans les concours", a déclaré le président du jury, Michel Roth, qui va accueillir la lauréate au Ritz pour un stage d'une semaine. Après cette victoire et ce stage, Lucie hésitera peut-être entre la cuisine et le service. Aujourd'hui, elle souhaite devenir professeur de salle.

Nadine Lemoine

Le Bœuf, les races à viande

De janvier à mars 2010, près de 70 élèves en bac professionnel restauration ou BTS hôtellerie issus de 14 régions de France ont rivalisé, lors des sélections régionales, en créant un plat gastronomique, avec 3 morceaux de bœuf des quartiers avant et arrière. Dix finalistes ont défendu leur chance dans les cuisines de l'École Ritz Escoffier.



Le palmarès

Lauréate 2010 : **Lucie Delecourt**, région Nord-Picardie, du lycée Marguerite Yourcenar de Beuvry (62), parrainée par **Benjamin Bajoux**, Le Colysée à Lambersart (59) • 2^e : **Roxane Pujol**, région Midi-Pyrénées, du lycée des métiers de l'hôtellerie et tourisme d'Occitanie à Toulouse (31), parrainée par **Rikard Hult**, L'Épicurien à Albi (81) • 3^e : **Jeanne Fougeret**, région Poitou-Charentes, du lycée hôtelier du parc de la francophonie de La Rochelle (17), parrainée par **David Noyaud**, La Belle Poule à Rochefort (17) • 4^e : **Audrey Meznarie**, région Aquitaine, du lycée hôtelier de Gascogne à Talence (33), parrainée par **Cédric Béchade**, L'Auberge Basque à Saint-Pée-sur-Nivelle (64) • 5^e : **Thomas Premaud**, région Limousin, du lycée des métiers Jean Monnet de Limoges (87), parrainé par **Alain Longeval**, L'Abattoir à Limoges (87) • 6^e : **Adrian Vidal**, région Paca, du

lycée des métiers de l'hôtellerie et du tourisme Toulon-Provence-Méditerranée (83), parrainé par **Lionel Lévy**, Une Table au Sud à Marseille (13) • 7^e : **Alan Marlot**, région Bourgogne, du lycée François Mitterrand à Château-Chinon (58), parrainé par **Jérôme Brochot**, l'Hôtel de France à Monceaux-Mines (58) • 8^e : **Florian Brzenczek**, région Pays de la Loire, du lycée Édouard Branly de La-Roche-sur-Yon (85), parrainé par **Thierry Drapeau**, Le Logis de la Chabotière à Saint-Sulpice-le-Verdon (85) • 9^e ex-æquo : **Thomas Laurier**, région Rhône-Alpes, du lycée hôtelier Le Renouveau à Saint-Genest-Lerpt (42), parrainé par **Christophe Romain**, Le Chalut à Lyon (69) et **Pierre Sicard**, région Languedoc-Roussillon, du lycée du Sacré-Cœur à Saint-Chély-d'Apcher (48), parrainé par **Cyrille Zen**, La Bergerie de Sarpoil à Saint-Jean-en-Val (63).

LANCÉE EN SEPTEMBRE DERNIER

Hotoco, licence professionnelle à l'IUT de Périgueux

Hotoco (hôtellerie, tourisme, commercialisation) est la 1^{re} licence professionnelle destinée à former des commerciaux dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. Elle s'adresse autant à des étudiants en formation initiale qu'à des salariés qui souhaitent accélérer leur carrière. "Nous avons besoin en France d'une école spécialisée dans la vente pour l'hôtellerie, le camping, la restauration, mais également pour les sites et les services touristiques. Commercial est un métier qui devrait se développer rapidement", souligne **Philippe François**, vice-président de l'IUT de Périgueux, également directeur de François Tourisme Consultants et président du salon Écorismo.



Emmanuelle Perdrix, consultante en optimisation des performances commerciales François Tourisme Consultants, **Jean-Luc Giraudel**, directeur de l'IUT de Périgueux, **Estelle Belmont**, élève de la promotion 2009/2010 et **Philippe François**, vice-président de l'IUT de Périgueux.

Le programme débute par une immersion dans l'entreprise pendant le mois de septembre. Il se poursuit par un rythme de quinze jours de cours à l'IUT puis un mois en entreprise (douze semaines de cours, soit 420 heures). La formation s'articule autour de trois pôles : Techniques de vente et de négociation (prospection, argumentaire, gestion de fichier clients) ; connaissance du secteur (acteurs, marketing et distribution, droit, qualité) ; et systèmes d'information (outils internet, création de supports de communication, plan de communication). **Hélène Binet**

DOSSIERS D'INSCRIPTION À RETIRER AVANT LE 15 JUIN SUR WWW.PERIGUEUX.U-BORDEAUX4.FR
TÉL. : 05 53 02 58 58

LES POUVOIRS PUBLICS ONT FIXÉ LA DATE BUTOIR AU 21 JUILLET 2012

Réunion sur les nouvelles normes hôtelières à l'Umih 69

Sur le terrain, l'Umih continue d'informer ses adhérents sur le nouveau classement hôtelier. Le président de la Fédération nationale de l'hôtellerie française, également président du Rhône, Laurent Duc, a convié ses troupes à la chambre de commerce et d'industrie de Lyon.

Dans la salle, les représentants de plus de 70 hôtels. Objet de cette réunion qui se déroule à la chambre de commerce et d'industrie du Rhône : les nouvelles normes de classement. Un après-midi d'information organisé la semaine dernière à l'initiative de l'Umih 69. **Laurent Duc**, président départemental du syndicat et de la Fédération nationale de l'hôtellerie française ouvre les débats. "La classification ne doit pas être prise comme une obligation mais comme une opportunité, lance-t-il. L'Allemagne vient seulement de mettre en place une classification. L'Italie n'en a pas. Nous, nous avons été précurseurs. Avec, cette fois-ci, une volonté de classification qui concerne tous les établissements, du plus petit au plus grand. C'est un outil pour les hôteliers. Il faut y associer vos collaborateurs et ceux qui vendent votre établissement."

Cinq années de travail

Olivier Gourio, de la société Malamok, fait partie des intervenants. Il est en charge du site www.etrave.fr mis en ligne par l'Umih et qui permet à l'hôtelier d'appréhender la grille et de réaliser le pré-diagnostic nécessaire à la demande de classification. "La profession a pris conscience de la nécessité de faire évoluer le système de classement touristique afin d'éviter que l'offre d'hébergement perde de sa crédibilité et engendre des déceptions



De gauche à droite : **Laurent Jaumes** et **Damien Combet**, respectivement vice-président et président des hôteliers du Rhône, et **Laurent Duc**, président de la FNHF et de l'Umih 69.

économiques", rappelle-t-il en ajoutant : "Ce référentiel est le fruit de plus de cinq années de travail mené en commun par les organisations professionnelles pour rénover, rendre plus lisible et plus attractive l'offre française". Novateur, il introduit des notions de qualité, d'accessibilité et de développement durable. Rien à voir cependant avec Hotelcert ou Clé verte, qui sont des certifications spécifiques à un secteur. Ici, le cœur de réflexion, ce sont les attentes actuelles et futures de la clientèle française et internationale. D'où un processus évolutif, remis en cause tous les cinq ans. "Nous avons remis l'ouvrage sur le métier, explique Laurent Duc. Nous sommes dans une démarche de qua-

lité client, de service au client. Nous sommes aussi dans la sensibilisation à l'environnement."

Présent à la tribune, le président des hôteliers du Rhône, **Damien Combet**, insiste de son côté sur l'image que ce nouveau classement va donner. "Le glissement n'est pas obligatoire. Mais il aura lieu parce qu'il n'y a plus de zéro étoile. Le milieu de gamme va devenir le 3 étoiles. Il ne faut pas vouloir comparer les normes de 1986 et les nouvelles. Ce qu'il faut, c'est vouloir se placer sur la scène internationale." L'hôtellerie doit s'acc-

order un nouveau regard. Mais attention, les pouvoirs publics ont fixé la date butoir au 21 juillet 2012. Ce jour-là, soit vous êtes classés, soit vous tombez dans l'anonymat d'un simple établissement recevant du public. Or, se classer, d'un point de vue matériel, demande plusieurs mois : entre recueillir les documents officiels à la demande, se préparer à l'auto-évaluation, contacter l'organisme accrédité (8 à ce jour dans l'Hexagone), faire la visite, sans oublier le sceau préfectoral nécessaire... "C'est maintenant qu'il faut s'y mettre", insiste Laurent Duc. Bonne nouvelle au passage pour les adhérents du Rhône, "l'Umih 69 a décidé de prendre à sa charge le coût de l'auto-évaluation par Etrave", annonce Damien Combet. Seul impératif : faire la demande d'accès auprès du bureau départemental.

Sylvie Soubes

SAISONNIERS DE MONTAGNE

Thierry Grégoire et Jean-Marie Attard auditionnés par le député François Vannson

Le président de la Fédération nationale des professions hôtelières saisonnières et son vice-président avaient rendez-vous à l'Assemblée nationale.

Les porte-parole des saisonniers de l'Umih sont satisfaits. La commission nationale des saisonniers s'est réunie pour la première fois et "le dossier du logement a pu être longuement abordé et débattu", commentent **Thierry Grégoire**, président de la Fédération nationale des professions hôtelières saisonnières et son vice-président **Jean-Marie Attard**. Une réunion placée sous le signe de la concertation, à laquelle participaient notamment le sous-directeur au Tourisme et des conseillers techniques du ministère des Finances, des représentants de la CFDT, de Peripl et d'Action logement (collecteur du 1 %).

Si le contenu exact de ce qui a été dit durant ces travaux n'a pas encore été dévoilé, des choses "très positives en ressortent", affirme l'Umih. Une deuxième réunion est d'ores et déjà prévue, sur le thème de la formation professionnelle des saisonniers.



Au terme d'une audition de cinq heures, **Jean-Marie Attard**, **François Vannson** et **Thierry Grégoire** affichent un sourire prometteur.

Autre rendez-vous important pour les dirigeants de la rue d'Anjou, leur audition par le député des Vosges **François Vannson**. Ce dernier travaille actuellement sur la question des saisonniers de montagne à la demande du secrétaire d'État à l'Emploi, **Laurent Wauquiez**. "Nous sommes les premiers représentants des

organisations professionnelles à être auditionnés. L'entretien a duré cinq heures et nous avons évoqué la formation professionnelle, la formation en alternance adaptée aux saisonniers, le logement, l'indemnité, le chômage, la biculturalisation, la pluriactivité, la promotion des métiers et des territoires", indiquent Thierry Grégoire

et Jean-Marie Attard. Plusieurs propositions ont été faites par la FNPMS, comme "la reconnaissance du statut de l'entreprise saisonnière, la création d'un guichet unique pour les pluriactifs saisonniers ou encore la possibilité pour les entreprises saisonnières de recevoir des apprentis". François Vannson doit remettre sa copie pour janvier 2011. Une seconde entrevue avec Thierry Grégoire et Jean-Marie Attard a été programmée pour la fin de l'année. Les deux hommes ont également rencontré le député de Haute-Savoie, **Martial Saddier**, au sujet du logement saisonnier en station. Ils ont en effet décidé, de leur côté, d'aller au-devant de tous les députés concernés par la saisonnalité. Une mission propre à l'Umih.

Sy. S.



"LE GRAND LIVRE DE LA CUISINE JUIVE ASHKÉNAZE"

Par Florence Kahn & Stéphane Lagorce
Hachette Pratique
Prix : 22 €



RECETTE DU CHEF

Palet praliné au mascarpone, émulsion et salade de fraises poivrées et pistaches

PAR JEANOT ET NICOLAS PAILHES - RESTAURANT L'ESCAPADE - 84600 RICHERENCHES



Ingrédients pour 4 personnes

• Espuma de fraises au poivre :

- 0,500 kg de fraises (gariguette ou ciflorette)
- poivre du moulin
- 4 feuilles de gélatine

• Socle de mascarpone :

- 0,050 kg de mascarpone
- 0,100 kg de pétales de maïs soufflé (ou corn-flakes)
- 0,200 kg de praliné au sucre cuit

• Appareil au mascarpone :

- 0,40 l de crème 35 % professionnel
- 0,200 kg de mascarpone
- 0,150 kg de chocolat blanc

• Salade de fraises :

- 0,200 kg de fraises (gariguette ou ciflorette)
- 0,200 kg de pistaches mondées
- 0,350 kg de sucre cassonade
- 1 bouteille de vin rouge

Progression

• Confectionner le socle au mascarpone

- Mélanger le praliné avec les corn-flakes écrasés et le mascarpone.
- Mouler au fond d'un cercle de 8 cm de diamètre sur 1 cm d'épaisseur maximum.
- Laisser au froid 1 heure.

• Monter l'appareil mascarpone

- Faire fondre le chocolat blanc et le mascarpone au bain-marie puis laisser tiédir.
- Incorporer la crème fouettée délicatement puis répartir dans les cercles et laisser au froid 2 heures environ.

• Préparer l'émulsion de fraises

- Chauffer les fraises sur feu très doux avec de l'eau à niveau et une douzaine de tours de moulin à poivre.
- Laisser mijoter 1 heure et tremper la gélatine.
- Mixer les fraises, ajouter la gélatine et

verser dans un siphon.

- Charger avec 2 ou 3 cartouches de gaz et réserver dans de l'eau avec glaçons en secouant le siphon de temps en temps.

• Réaliser la salade de fraises

- Réduire le vin et le sucre pendant une quinzaine de minutes et laisser refroidir.
- Couper les fraises, les mélanger avec les pistaches concassées et le sirop au vin rouge.

• Dressage

- Démouler les cercles sur des assiettes et répartir la salade de fraises dessus.
- Remplir un petit verre avec l'émulsion et servir très frais.

Préparation tout en délicatesse, le poivre permet de bien faire ressortir les parfums.

Vin conseillé : le même vin rouge que celui utilisé pour la recette.

Blogs des experts

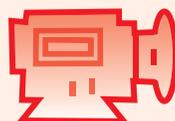
Derniers messages
Inscription à la newsletter

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.fr



DES PRODUITS SANS CONSERVATEURS NI ADDITIFS

L'été, Rians ne change pas la faisselle mais étend ses Prédorés

Rians (18) Faisselles et fromages se déclinent à toutes les sauces pour séduire les clients et faciliter le travail des professionnels.

La faisselle reste toujours la vedette de la gamme de Rians-restauration. Mais la grande nouveauté de l'été 2010 sera les Prédorés, des petits palets de chèvre. C'est un fait : il est quasiment impossible pour un particulier ou un restaurateur de dorer un fromage frais. Rians a donc mis au point une technique - sans ajouts chimiques - qui permet de dorer ces palets de chèvre dès leur production. Cette nouvelle gamme permet de garantir à 100 % une salade de chèvre chaud prête en quelques secondes. Il suffit de poser le palet Prédoré sur une tranche de pain de campagne ou un toast déjà grillé 20 secondes au micro-ondes. Le fromage est prêt dès qu'il commence à frémir. Le Prédoré s'adapte aussi au four traditionnel (270 °C + gril) ou à la salamandre. Le produit est disponible en emballage de 8.

Rians propose également le "spécial cuisson" : un fromage de chèvre fabriqué et affiné en Périgord avec des palets de 20 g à la texture fondante et crémeuse. Autre gamme "spéciale four" : des fromages de chèvre de 35 g fabriqués en Périgord pour les salades, coupé en 2 ou entier, froids ou chauds avec de la salade, des tomates et de la tapenade.



Faisselle framboise.

La faisselle star

Avec sa légèreté et sa fraîcheur, la Faisselle peut être proposée en entrée, servie sur une tartine ou avec du saumon, comme en accompagnement de plat principal ou en dessert en lui ajoutant des fruits, de la confiture de lait ou du sirop. Toujours produite à la louche et conservée dans son petit-lait jusqu'au moment d'être consommée, la faisselle est plébiscitée par les clients. C'est la clé de son onctuosité marmoréenne, pure de tout conservateur ou additif. Pour les clients soucieux de leur ligne et qui, hélas !, ne consomment souvent pas de dessert au restaurant, la faisselle regorge de minéraux, d'oligo-éléments et de vitamine B12. Au lait entier, elle ne contient que 6 % de matières grasses. Ce produit de vache se décline désormais aussi en chèvre avec également des yaourts de chèvre vanille, nature ou avec coulis de framboise.

Rians-restauration suit les évolutions des 'lifestyles' au restaurant. La marque propose ainsi tartines, fougasse et bruschettas mais aussi des verrines au chèvre frais accompagnées de saumon, d'échalotes ou de ciboulette. Rians propose également des mignardises de chèvre affiné pour le cocktail ou l'apéritif, des mini-chèvres et même des 'sucettes' (boules de chèvre enrobées d'épices)

Jean-Jacques Talpin

Une carte et des recettes pour votre restaurant

L'été est la période idéale pour promouvoir la faisselle au sein de son établissement, alors que les clients recherchent fraîcheur et légèreté des plats. La présence d'une carte des faisselles au sein d'un restaurant permettra une mise en avant "tendance et attractive". À cette fin, les restaurateurs peuvent solliciter www.rians-restauration.com pour recevoir gratuitement des cartes plastifiées de format A5 personnalisées au nom de leur établissement et qui proposent 8 plats de faisselle. Le site internet offre également de nombreuses recettes librement accessibles (avec, pour chacune, le coût matière).

RIANS RESTAURATION

CONTACT COMMERCIAL : VÉRONIQUE LAVRAT
TEL. : 02 48 66 23 88

WWW.RIANS-RESTAURATION.COM

UN PETIT NOIR BIEN GIVRÉ

Avec Richard, ayez le réflexe Café glaçons

Une boisson désaltérante bien connue en Espagne associée à un rituel de service facile et ludique.

Voici une boisson simple et pourtant très originale : le Café glaçons. On le connaît en Espagne sous le nom de 'café con hielo'. Cet été, les Cafés Richard le mettent en scène. Pas besoin de coup de main particulier pour réussir cette recette. "Sa simplicité est la clé de son succès", souligne le torréfacteur. "Vous servez d'un côté un espresso et vous présentez de l'autre un verre rempli de glaçons.

Conseils au client : il peut légèrement sucrer l'espresso s'il le désire, puis il le verse dans le verre. En quelques secondes, le café passe au mode givré." Café glaçons est une boisson désaltérante associée à un rituel de service facile et ludique. Il bénéficie ici d'un verre adapté, volontairement rond pour une meilleure prise en main, siglé et d'un plateau individuel de service. Affiches et chevalets de table à disposition également.



Le café glaçons arrive en France avec la maison Richard.

PARTENARIAT ENTRE L'ASSOCIATION DES BARMEN DE FRANCE ET L'ENSEIGNE

Les barmen choisissent Metro

Le groupe se positionne sur une offre sur mesure et veut faire du rhum le digestif de référence.

Metro vient d'annoncer la mise en place d'un partenariat officiel avec l'Association des barmen de France. Son objectif : leur présenter des solutions 'sur-mesure'. "Metro Cash & Carry France fera ainsi découvrir son large choix de produits et de références destinés aux barmen professionnels : alcools, sirops, jus de fruits ou encore matériel de préparation de cocktails. Les différents concours organisés lors du Forum, le Shaker des écoles hôtelières, la Coupe Scott, le Concours national classique ou encore le Concours national du Flairtending permettront aux partici-

pants de tester la variété et la qualité des produits de l'enseigne." Metro, dont les commandes passent aujourd'hui par internet, propose le service 'Brasserie livrée' lancé en avril 2009 dans 91 entrepôts. Ce partenariat portera également sur une mise en avant du rhum. "L'enseigne propose 130 références de 27 origines différentes et plus de 80 marques sont proposées aux CHR. Cette approche 'différenciante' permet aux barmen, restaurateurs et cafetiers de s'inscrire dans la tendance : le rhum s'impose en effet comme un digestif de référence", ajoutent les responsables de Metro.

WWW.METRO.FR

À DÉCOUVRIR EN COCKTAIL

Avec Joseph Cartron, la Bourgogne ramène sa framboise

La crème de framboise Joseph Cartron a une personnalité unique.

Cultivée sur les hautes côtes de Nuits pour Cartron, cueillie manuellement de juin à mi-juillet, la framboise Lloyd George est une variété dite rare, aux parfums acidulés et fruités. Ses arômes, son grain juteux et craquant donnent à la crème de framboise Joseph Cartron une personnalité unique. Joseph Akhavan, chef barman du Mama Shelter (Paris, XX^e), a créé autour de cette crème un cocktail alliant fraîcheur et gourmandise, à savourer en terrasse, le Burgundy Spring Punch : dans un shaker, pilez 3 framboises ; ajoutez 3 cl de vodka, 1,5 cl de crème de framboise de Bourgogne Joseph Cartron, 2 cl de jus de citron frais. Versez dans un verre tumbler rempli aux deux tiers de glace. Allongez au crémant de Bourgogne Joseph Cartron, et décorez d'une brochette de framboises et de menthe fraîche.



La crème de framboise Joseph Cartron, ça se déguste.

LANCÉ EN 2008

Le Bar à fruits, saison 3

La saga du concept créé par la société Café Folliet-Tropico se poursuit avec un PLV aux goûts bien balancés. Intéressant.



Un éventail de boissons riche en vitamines et goûts grâce au Bar à fruits Folliet-Tropico.

ancé en 2008 par la société Café Folliet-Tropico, le Bar à fruits est un concept qui permet de réaliser à la minute des smoothies, jus de fruits, milk-shakes, cocktails et autres boissons frappées. La machine, ultra facile d'utilisation et judicieusement pensée, utilise des concentrés 100 % fruits. La gamme des parfums s'agrandit cet été. Au menu : mangue-passion

et 1 001 baies, aux côtés des désormais traditionnelles trios d'agrumes, fruits rouges, fraise-banane ou encore multivitamines... Des concentrés commercialisés en brique, garantis sans sucres ajoutés, sans colorants ni conservateurs. Le principe est simple : vous placez trois glaçons, 5 cl de concentré de fruits et vous appuyez sur la touche préprogrammée en fonction du type de boisson désiré. Autres atouts : la machine se rince automatiquement après chaque verre, elle est silencieuse, une brique permet de réaliser 15 boissons et le mixage s'adapte en fonction de la boisson voulue. Une PLV accompagne le service du Bar à fruits : ardoise sérigraphiée, carte des boissons, verres à smoothies, chevalets...

EN BREF

Les Bleus dans les jeux

À l'occasion de la Coupe du monde de football, la Française des jeux sort un jeu à gratter 'Tous avec l'équipe de France' dédié aux coéquipiers de Thierry Henry. "Pour 5 euros, il offre 5 jeux qui plongent le client dans l'univers du football : le tirage au sort, les passes, les tirs au but, l'action de jeu et le tableau d'affichage. Il permet de gagner jusqu'à 100 000 E", précise la société de loterie. 18 millions de tickets seront distribués dans les 36 000 points de vente du réseau. La Française des jeux soutient également d'autres sports comme le basket-ball, le handball, le tennis et le rugby. La société reverse aujourd'hui "1,8 % de son chiffre d'affaires au financement du sport pour tous, faisant de l'entreprise le premier partenaire du sport français depuis près de trente ans. En 2009, 167 ME prélevés sur les mises ont financé à 80 % le Centre national pour le développement du sport (CNDS) qui soutient le développement de la pratique sportive par tous les publics et contribue à l'aménagement du territoire dans le domaine sportif", rappellent ses dirigeants.

BONNES PRATIQUE

LE STOCKAGE : PAS DE PLACE POUR L'IMPROVISATION

Marche en avant, chambres froides positives et négatives, réserve, emballages : conserver les aliments répond à des normes très strictes.

Par Dominique Voisin, consultant et formateur, auteur du Blog des Experts 'Hygiène et HACCP : le minimum pour répondre à un contrôle' sur www.lhotellerie-restauration.fr

■ Implantation

Afin de respecter le principe de marche en avant et la séparation des secteurs propres et sales, on veillera à placer les chambres froides et les matières premières en amont du circuit de production. On séparera les denrées par famille afin de respecter les températures de conservation.

À défaut, on organisera au minimum deux chambres froides selon les températures de stockage. Chaque chambre froide sera identifiée par le type de denrées et des températures spécifiques.

Les températures recommandées sont :

- **stockage positif** : + 3 °C ;
- **stockage négatif** : - 18 °C.

À noter : les poissons frais doivent être conservés sous glace entre 0 et + 2 °C, être isolés dans la chambre froide et reconditionnés en bacs étanches.

Dans le cas d'un volume limité, on veillera à un classement des denrées déjà nettoyées en haut vers les stocks sans risque en bas :

- **étage supérieur** : pâtisseries, plats cuisinés, viandes pré-cuites, préparations froides ;
- **étage intermédiaire** : charcuterie, salaisons, viandes crues et volailles ;
- **étage inférieur** : légumes bruts.

On veillera à identifier avec des étiquettes lavables chaque zone de stockage de la chambre froide.

À défaut, si une seule chambre froide positive est disponible, on la maintiendra à une température la plus froide possible (de 0 à + 3 °C) et on l'organisera sur les mêmes principes pour éviter les contaminations croisées. En aucun cas le stockage se fera à même le sol.

■ Volume nécessaire

Le volume de la chambre froide doit être adapté aux besoins, mais celle-ci doit pouvoir contenir au minimum une journée de production. En réalité, il faut pouvoir stocker plusieurs jours de production (entre deux livraisons).

■ Matériaux de construction

Les matériaux de construction des stockages **doivent être faciles à nettoyer donc lisses, étanches et résistants aux chocs**. Exclure le bois sous toutes ses formes. Dans le cas de surfaces peintes, un entretien très régulier doit être effectué afin d'éviter les dégradations liées à l'humidité et aux lavages fréquents. On veillera particulièrement à la qualité des joints de portes et aux poignées de portes, pour permettre un nettoyage et une désinfection efficaces.

■ Production de froid et surveillance des températures

La puissance frigorifique devra être déterminée en fonction des volumes de stockage, des fréquences d'ouverture et de la température de consigne. Il faut exiger une garantie de la part du fournisseur afin d'obtenir une température conforme et uniforme et une capacité à revenir rapidement cette température de consigne. Chaque enceinte froide sera au minimum équipée d'un thermomètre à lecture directe visible de l'extérieur, et deux relevés seront faits tous les jours. Pour les enceintes de plus de 10 m³, un système d'enregistrement est obligatoire (disque d'enregistrement, sonde avec surveillance informatique, etc.). Ces systèmes devront eux aussi être vérifiés afin de garantir des informations fiables et de garder des traces indiscutables (graphiques, disques, listing...).

Même si l'enceinte dispose d'un enregistreur, il est recommandé d'effectuer un relevé manuel des températures pour garantir une réaction immédiate en cas de non-conformité. Ce contrôle sera consigné sur une feuille de contrôle sur laquelle seront mentionnées les valeurs seuils et les actions correctives à réaliser en cas de non-conformité.

■ Rotation du stock

Les chambres froides positives seront vérifiées quotidiennement, au minimum chaque semaine pour gérer la rotation du stock et garantir que tous les produits sont mis en œuvre avant d'atteindre leurs DLC (date limite de consommation) ou DLUO (date limite d'utilisation optimale). En effet, les denrées ayant dépassé la DLC sont considérées comme impropres à la consommation et **leur détention en chambre froide est à ce titre interdite**. Nous recommandons l'organisation des stocks pour faciliter la rotation des produits selon le principe FIFO (first in/first out) : le premier produit entré en chambre froide doit être le premier sorti.

■ Le stockage sec en réserve

La maîtrise du stockage sec est essentielle en raison du fort risque de contamination par les rongeurs. Il convient de veiller à l'état des locaux :

- absence d'accès possible par les rongeurs par la mise en place de grilles à chaque ouverture ;
- absence de risque de contamination par le local, les murs, les sols et les plafonds qui devront être nettoyés et désinfectés régulièrement.

Les produits d'entretien seront entreposés à part, dans une pièce ou une armoire fermant à clé. Pour éviter toute infestation par les insectes ou les rongeurs, les denrées entamées seront reconditionnées en boîte étanche sur laquelle sera inscrite la date d'ouverture et la DLC après ouverture. Pour les barquettes et les films de conditionnement, on veillera toujours à maintenir un emballage de protection pour prévenir toute pollution. Il faudra veiller à ne pas entreposer dans ce secteur des produits dont la température de conservation n'est pas la température ambiante comme des semi-conserves (en chambre froide). Aucun stockage ne sera réalisé à même le sol.

En résumé :

- **Tout produit frais doit être stocké au froid positif (+ 3 °C), ne pas dépasser la DLC ou DLUO ;**
- **Un produit entamé doit être placé dans une boîte hermétique datée et consommé dans les 72 h. Ne pas disposer de carton ni de cageot dans les frigos en cuisine ;**
- **Si vous avez une chambre froide (fruits et légumes) en zone réserve, vous pouvez stocker les cageots et cartons à condition qu'il n'y ait pas de contact avec d'autres produits (viande, charcuterie...)** ;
- **Tout produit congelé doit être stocké au froid négatif (congélateur) et conservé à une température de - 18 °C. Un produit décongelé devient un produit frais qui doit être consommé dans les 48 heures. Vous devez effectuer des relevés de température 2 fois par jour et les conserver trois mois en archives.**

La traçabilité des produits stockés doit être placée sur le produit tant que celui-ci n'est pas consommé. Les étiquettes seront conservées six mois pour les produits périssables et cinq ans pour les non périssables.



Ce qu'il ne faut pas faire



1. Le bricolage est à proscrire et la congélation artisanale est interdite.
2. Les produits de la mer doivent être stockés dans une zone spécifique, et surtout pas à proximité des autres produits.
3. Pas de boîte de conserve ouverte dans un frigo.



Ce qu'il faut faire



1. Les produits finis sont filmés et datés.
2. La réserve 'sèche' doit être organisée et sectorisée.

LA DATE DES PROCHAINES ÉLECTIONS EST FIXÉE

Umih : un conseil d'administration dans la sérénité et la construction

Paris (VII^e) Mercredi 26 mai, les instances dirigeantes du syndicat de la rue d'Anjou se sont réunies et, dans un climat apaisé, ont avancé sur certains dossiers clés.

Dans les locaux d'Umih formation à Paris, 77 départements étaient présents et 7 représentés (soit 85 % du poids de vote) mercredi 26 mai, lors du conseil d'administration de l'Umih. Une réunion marquée par l'intervention des salariés de l'Umih qui ont souhaité remercier officiellement tous les élus et notamment **Roland Héguy** et **Hervé Bécam** pour leur soutien actif face aux événements auxquels ils ont été confrontés. Beaucoup d'émotion et d'applaudissements en faveur de salariés qui ont aussi réaffirmé leur attachement à l'Umih. Malgré les vicissitudes qu'a connues la rue d'Anjou, les travaux des branches ont continué et certains dossiers ont connu de grandes avancées. "La qualité des débats était au rendez-vous", se félicite Roland Héguy et Hervé Bécam. Plusieurs résolutions ont été votées à l'unanimité ; parmi elles, il a été demandé que le trésorier



Roland Héguy et Hervé Bécam.

général puisse signer seul les dépenses courantes de l'Umih sous contrôle du service comptable de la rue d'Anjou et du directoire. Une demande d'enquête de représentativité des organisations professionnelles a également été adoptée. Grand soulagement enfin dans la salle, lorsque Roland Héguy a annoncé que l'administrateur provisoire venait de lui communiquer les dates définitives des prochaines élections : clôture des dépôts de candidature le 21 juin et élections le 27 septembre au plus tard.

Sylvie Soubes

AU 1^{ER} TRIMESTRE 2010

Restauration commerciale en France : un marché toujours fragilisé

Selon la dernière étude de NPD Group, société internationale d'études marketing, la fréquentation a chuté de 1,9 % par rapport à la même période l'année dernière.

La dernière étude de NPD Group (grâce à son panel NPD Crest de consommateurs interrogés sur leurs visites et leurs consommations en restauration hors foyer) révèle que la fréquentation en restauration commerciale a diminué de 1,9 % en France au 1^{er} trimestre 2010, par rapport au 1^{er} trimestre 2009. Pour mémoire, le marché en 2009 avait déjà connu un 1^{er} trimestre difficile (visites en recul de 2 % par rapport au 1^{er} trimestre 2008). En revanche, la dépense moyenne par personne au 1^{er} trimestre 2010 est en augmentation de 0,8 % par rapport à la même période en 2009.

Concernant la restauration à table, les indicateurs sont négatifs : la fréquentation est en baisse de 2,5 % et la dépense moyenne par personne a diminué de 0,8 % pour atteindre 12,50 E. Pour **Christine Tartanson**, directrice de la division Foodservice de NPD Group :



La restauration rapide tire son épingle du jeu avec une dépense moyenne qui a progressé de 2,8 %.

"Alors qu'en 2009 les consommateurs étaient davantage dans une logique de restriction de consommation, le début de l'année 2010 semble marquer la volonté des Français de renouer avec

la consommation mais via un plateau optimisé, le nombre de produits consommés par visite ayant augmenté malgré la baisse de la dépense."

Bilan plus nuancé pour la restauration rapide : la fréquentation a diminué de 1,6 % par rapport au 1^{er} trimestre 2009 mais la dépense moyenne a progressé de 2,8 % pour atteindre 4,40 E. Paradoxalement, le nombre de produits consommés a baissé, ce qui laisserait penser que les consommateurs se sont tournés davantage vers des produits 'premium', dans le cadre d'une offre sans doute aussi plus valorisée.

BULLETTIN D'ABONNEMENT

RECEVEZ CHAQUE SEMAINE

L'Hôtellerie
Restauration



> 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 : _____

ARTICLES PRÉCÉDENTS

> Recevoir une copie des articles précédents sur :

- "Juridique et social"
- "Emploi"
- "Gestion et marketing"
- "Fonds de commerce"
- "Équipements et nouvelles technologies"
- "Hygiène"
- "Produits et boissons"

10 € par thème à retourner à :

L'Hôtellerie Restauration - 5 rue Antoine Bourdelle - 75737 Paris Cedex 15

Nom : _____

Adresse : _____

Code postal & Localité : _____