

L'Hotellerie

Restauration

1^{ER} JUILLET 2010 N° 3192

RESTAURATION PAGE 10

ANNONCES
CLASSÉES
À PARTIR DE
LA PAGE 20

© JEFF NALIN



YANNICK ALLENO
AU ROYAL
MANSOUR
DE
MARRAKECH

3€

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

M 01692 - 3192 - F: 3,00 €



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

MALGRÉ LA CACOPHONIE GOUVERNEMENTALE

LE TAUX DE LA TVA EN RESTAURATION RESTERA À 5,5 %

Dossier spécial : la TVA à 5,5 %, un an après

Pages 2 à 8

© GAËLE GIRARD-MARCIANDISE



Les représentants des organisations professionnelles : Claude Dumas (Fagih), Jacques Barré (GNC), Didier Chenet (Synhorcat), Philippe Villalon (Umih), Philippe Labbé (SNRTC), et Gérard Guy (CPIH).

À l'occasion du 1^{er} anniversaire de la baisse de la TVA, **Hervé Novelli** avait réuni les organisations professionnelles et les journalistes pour une conférence de presse au ministère des Finances. Lors de son discours, il a vivement défendu les restaurateurs, démontrant, chiffres à l'appui, leur respect des engagements pris en contrepartie de l'obtention du taux réduit de TVA (pages 2-3).

Les dirigeants des restaurants de chaîne dressent également un bilan très positif des actions mises en place suite à cette mesure : baisse des prix à la carte, coup de pouce sur les salaires, instauration d'une mutuelle, embauches...

Laurent Caraux (El Rancho), **Dominique Giraudier** (Groupe Flo) **Philippe Labbé** (Courtepaillle), **Christophe Mauxion** (La Boucherie), **Michel Morin** (Léon de Bruxelles), **Jean-Michel Texier** (Frères Blanc) et **Jean-François Sautereau** (Buffalo Grill) font le point (pages 4 et 6).

Les restaurateurs indépendants ont, eux aussi, mis en œuvre des mesures concrètes en direction de leurs clients et de leurs salariés ou pour la modernisation de leur outil de travail, comme l'illustre notre micro-trottoir en régions (pages 7-8).

SCISSON DU GROUPE CONFIRMÉE PAGE 12

CONJONCTURE

PAGE 11

JURIDIQUE

PAGE 9

Accor se recentre sur les activités hôtelières

Premières tendances estivales optimistes dans les régions

Bientôt des chèques-vacances pour les salariés des PME

www.
cdbpromo
.com

comptoir
de
bretagne

SPÉCIALISTE DE L'ÉQUIPEMENT & FOURNITURES
Adress : restaurants • collectivités • métiers de bouche

Vente en ligne

Pour votre 1^{ère} commande
frais de port **OFFERTS !***

* France métropole hors Corse.

NOTRE FORCE,
vous offrir
les meilleurs **PRIX!**

Ce Mini PC OFFERT !
Pour 1 500 € HT d'achat sur le site internet

WiFi - Ethernet - Écran TFT LCD -
Souris - Logiciels prêts à l'emploi :
Traitement de texte, photo, mail,
Navigation, jeux, chat ...
(offre valable une seule fois par
établissement. Sans la limite des
stocks disponibles.)



cuisine hôtel
bar restaurant
verrerie
couverts
laverie
pâtisserie
stockage chaussures
inox
collectivités
FROID cuisson

+ de 10 000
références
à portée
de clic!

UNE SEULE CHOSE, NOUS CONSULTER,
**VOUS VERREZ
LA DIFFÉRENCE!**

Tél. 02 99 85 21 00 - Fax 02 99 85 21 13 - commande@cdbpromo.com

Faux débat

En 'recadrant', dès mardi dernier, son ministre du Budget, **François Baroin** - qui avait qualifié la veille la baisse de la TVA à 5,5% pour la restauration de "très, très grosse niche fiscale" -, **Christine Lagarde**, ministre de l'Économie et des Finances, a mis un coup d'arrêt à des spéculations qui n'étaient pas dénuées d'arrière-pensées.

En précisant sur RMC qu'il n'était pas question de revenir sur le taux de TVA en restauration, la patronne de Bercy a exprimé à la fois la thèse officielle qui considère qu'un taux de TVA n'est pas une 'niche fiscale', et a implicitement rappelé à son collègue qu'ayant pris la peine de conclure un accord à Bruxelles au terme d'un épuisant marathon à 27, elle n'entendait certainement pas revenir sur une promesse de la campagne présidentielle de **Nicolas Sarkozy**.

D'autant que les déclarations du tout nouveau ministre du Budget, sans doute encore en phase d'adaptation à sa fonction, prenaient également à contre-pied l'inlassable action de son collègue **Hervé Novelli**, secrétaire d'État au Tourisme, qui a vraiment 'mouillé sa chemise' pour la réussite du contrat d'avenir signé en avril 2009 par la profession avec les pouvoirs publics. Et dont les premiers résultats confirment le bien-fondé de la mesure, tant en matière d'emploi que d'avancées sociales, d'un secteur en quête d'une image plus positive.

Vous lirez dans ce numéro de **L'Hôtellerie Restauration** un bilan circonstancié d'une année de TVA à 5,5 % avec des témoignages contrastés des chaînes et des entrepreneurs individuels, les premières insistant sur les opportunités de marketing offertes par les baisses de prix tandis que les seconds se félicitent davantage de l'amélioration de l'emploi et des investissements grâce à une rentabilité accrue.

Mais cet anniversaire ne saurait être une simple formalité d'autosatisfaction face à une conjoncture économique qui peine à reprendre son souffle après les ravages de la crise de 2009 dont les effets, hélas, semblent bien difficiles à effacer, notamment sur le front de l'emploi, et donc de la consommation, moteur essentiel de l'activité.

Face aux exigences de rigueur et de rétablissement des finances publiques, essentielles pour que le 'crédit' du pays conserve auprès des investisseurs une attractivité convaincante, les pouvoirs publics ne sont certainement pas au bout des mesures d'austérité budgétaire qui s'imposent des deux côtés : réduction significative des dépenses, au-delà des petits fours du 14 Juillet et des havanes ministériels, et surtout, hausse des contributions susceptibles de réduire les déficits abyssaux que le pays est en train de mettre à la charge des générations futures, qui auront beaucoup de mal à ne pas en vouloir aux gouvernants d'aujourd'hui si rien n'est entrepris. **Et plus particulièrement pour la profession, après la calamiteuse gestion de la communication au cours de l'année 2009**, il est temps de se doter d'une ligne cohérente, simple à expliquer et portée par une autorité incontestable. Là également se situe le vrai débat, au-delà d'un amateurisme qui n'est plus d'actualité.

L. H.

EN BREF

Michel Bras au musée

Le chef triplement étoilé de Laguiole s'occupera de la restauration du musée Pierre Soulages qui ouvrira prochainement à Rodez (12). **Michel Bras** et son fils **Sébastien** avaient déposé leur candidature en 2006. Ils viennent d'avoir le feu vert du jury composé d'élus et de restaurateurs. Des cours de cuisine, des animations liées aux expositions, des démonstrations avec d'autres chefs renommés sont également au programme.

Un nouveau président pour l'Académie nationale de cuisine



Jacques Charrette, président de l'Académie nationale de cuisine pendant vingt-quatre ans, vient de passer le flambeau à son successeur

Lucien Veillet. L'Académie compte aujourd'hui 1 100 adhérents.

Vente aux enchères de guides 'Michelin'

Le restaurateur belge **Alain Morel** disperse sa collection de plus de 5 000 objets consacrés à Michelin, dont 'l'intégrale' des guides rouges édités au XX^e siècle, soit environ 300 guides. Selon les commissaires-priseurs, **Bernard Vassy** et **Philippe Jalenques**, l'enchère record pour la collection intégrale a été atteinte en 2002, par **Jean-Yves Bath**, restaurateur parisien d'origine auvergnate, à 21 000 euros. La vente aux enchères est prévue le samedi 10 juillet à 11 heures, au casino de Royat-Chamalières (63), tout près de Clermont-Ferrand. Lots visibles sur www.interencheres.com.

Jean-Luc Vergne réélu président de l'AFPA

Jean-Luc Vergne, directeur général ressources humaines et membre du directoire de BPCE, a été réélu à la tête de l'AFPA (Association nationale pour la formation professionnelle des adultes) pour une durée de deux ans. Le nouveau bureau de l'AFPA comprend également **Éric Peres** (CGT-FO), vice-président représentant le collège des salariés ; **Olivier Robert de Massy**, vice-président représentant le collège des employeurs ; **Jean-Claude Dupraz**, trésorier, et **Jean Collet**, secrétaire.

Menu bio détoxifiant et massage

Suite au succès de son menu détoxifiant, la Villa Spicy à Paris va plus loin dans sa démarche, et propose à présent dans cette formule des produits bio, et la possibilité de prolonger son repas par un massage aux huiles essentielles à l'Espace Weleda, voisin du restaurant. Menu bio détoxifiant et ses boissons : 36 € ou menu bio détoxifiant avec 35 minutes de massage selon Weleda : 77 €. Au menu, Émincé de tomate bio et burrata pugliese au pistou, Pavé de saumon bio rôti sur peau, mesclun et pousses d'épinards, Craquant de chocolat bio de Madagascar et kiwi, Thé Fuji-Yama Mariage Frères, un verre de vin Coronas Torres, Cataluña et Eau de Perrier.

S'ATTACHANT À DÉNONCER DES CHIFFRES "FAN"

HERVÉ NOVELLI C

Pour le 1^{er} anniversaire de la baisse de TVA en restauration, le secrétaire d'État au Tourisme a réuni les membres du comité de suivi puis la presse afin de présenter le bilan sur l'ensemble des contreparties réalisées par la profession. Il met en avant l'effet TVA en matière de créations d'emploi, de rémunérations et de dynamisation du secteur.

Lors de sa conférence de presse, **Hervé Novelli** a tenu avant toute chose à rappeler qu'il s'agissait d'un bilan à mi-parcours du contrat d'avenir. Ce bilan est positif, démontre-t-il, même si les objectifs en matière de prix n'ont été que partiellement atteints.

Mais, en matière d'emploi et de mesures sociales, le secrétaire d'État conclut à un 'carton' réalisé par les professionnels. Le secteur de la restauration est celui qui a connu la plus forte progression avec 21 000 créations nettes d'emplois. Sans oublier que l'effet TVA a permis aussi d'inverser la tendance en matière de faillites d'entreprise.

Il ne suffit pas au secrétaire d'État au Tourisme de présenter ces bons résultats, il lui faut aussi répondre aux critiques largement diffusées dans la presse sur le coût de la mesure et les objectifs qui ne seraient pas atteints par la profession.

Hervé Novelli tient à remettre les pendules à l'heure : "Je voudrais faire une mise au point par rapport à des chiffres que je vois fleurir et qui sont fantaisistes. Le coût net de cette mesure pour l'État est de 2,4 milliards d'euros par an, déduction faite des 600 000 E annuels d'allègement de cotisations sociales (prime Sarkozy) qui ont disparu dès la mise en application de ce taux réduit. À cette somme il faut aussi retrancher toutes les activités de restauration qui ne sont pas concernées par ce contrat d'avenir, à savoir les points de restauration dans les supermarchés, les casinos... Au final, le coût de la mesure qui engage les signataires ne représente que 2 milliards d'euros. Et je ne prends pas en compte les effets indus, avec l'augmentation des cotisations sociales dues aux embauches supplémentaires, et l'augmentation de l'impôt sur les sociétés."

21 700 emplois supplémentaires créés

À la date anniversaire de la signature du contrat d'avenir, le 28 avril dernier, Hervé Novelli avait présenté un premier bilan en termes de créations d'emploi. Aussitôt, la presse s'était déchaînée en contestant ces bons résultats, arguant que la profession n'avait pas respecté son engagement en la matière et que les chiffres présentés correspondaient pour une grande partie au rythme habituel de recrutement dans la profession.

Mais, comme le rappelle Hervé Novelli, il faut tenir compte de l'évolution de l'emploi avant la mise en place du taux réduit et surtout d'une forte dégradation de l'emploi avec la crise économique.

Si de 2002 à 2007, les CHR ont connu une évolution dynamique avec une tendance annuelle de 18 000 créations d'emplois par an, en 2008, la profession a perdu 7 000 emplois. Début 2009, cette tendance s'accroît avec 7 000 destructions pour le seul premier semestre.

"Mais, à partir de juillet 2009, on observe un effet TVA incontestable sur l'emploi, précise le ministre qui ajoute : Alors que le secteur marchand dans son ensemble souffre (- 0,4 % d'emplois en neuf mois), le secteur CHR connaît une croissance de l'emploi de 2,4 %, soit 21 700 emplois supplémentaires pour la période du 1^{er} juillet 2009 au 31 mars 2010. Il s'agit de la meilleure performance en terme d'embauche depuis 2002."

Il tient aussi à rectifier certaines informations erronées parues dans la presse en précisant que ces chiffres n'intègrent pas les intérimaires.

La dernière enquête 'Besoins de main d'œuvre 2010' publiée le 13 avril par Pôle emploi a conclu que le secteur de l'hôtellerie-restauration serait le premier recruteur national en 2010. Tendance confirmée par le dernier baromètre

L'Hôtellerie Restauration

L'hebdo des C.H.R.

Édité par la
**SOCIÉTÉ D'ÉDITIONS
ET DE PÉRIODIQUES TECHNIQUES S.A.**

Siège : 5 rue Antoine Bourdelle
75737 PARIS CEDEX 15
Tél. : 01 45 48 64 64
Fax : 01 45 48 04 23
E-mail : journal@lhotellerie-restauration.fr

RESPONSABLES DE RUBRIQUE

WEBNEWS/RESTAURATION/FORMATION

Nadine Lemoine

E-mail : nlemoine@lhotellerie-restauration.fr

ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES/

VINS/ LICENCE IV/CAFÉS

Sylvie Soubes

E-mail : ssoubes@lhotellerie-restauration.fr

SERVICE JURIDIQUE

Pascale Carbillat

E-mail : pcarbillat@lhotellerie-restauration.fr

VIDÉO

Cécile Charpentier

E-mail : ccharpentier@lhotellerie-restauration.fr

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



TAISISTES

ONCLUT À UN BILAN POSITIF À MI-PARCOURS



GÉLLE GIRARD-MARCHANDISE

Conférence de presse du secrétaire d'État au Tourisme **Hervé Novelli** à Bercy.

d'Atout France qui déclare que 34 % des restaurateurs envisagent de recruter du personnel permanent dans les douze prochains mois, contre 22 % l'an dernier à la même époque.

Renouer le dialogue social

Hervé Novelli rappelle que le dialogue social était peu fécond dans la branche, marqué par l'absence d'accord majeur depuis juillet 2007 et une grille de salaire qui n'avait pas bougé malgré 4 réévaluations successives du smic. La signature de l'accord social du 15 décembre 2009 et applicable à compter du 1^{er} mars constitue un autre effet positif de la baisse de TVA. Cet accord a été qualifié d'historique car signé par l'ensemble des 5 syndicats de salariés et 3 organisations patronales. Il a instauré une hausse moyenne de la grille de salaire de 5,5 %, avec un taux minimum fixé à 8,92 E, qui se décroche par conséquent du smic (8,86 E). L'accord a permis la création d'une prime TVA pérenne, égale à 2 % du salaire annuel brut avec un plafond de 500 E, l'instauration de deux jours fériés supplémentaires, qui permettent aux salariés du secteur d'accéder au régime de droit commun des jours fériés, et la mise en place

d'une mutuelle frais de santé pour le 1^{er} janvier 2011. Concrètement, cela représente pour un salarié au smic à temps complet travaillant dans un restaurant, une augmentation de sa rémunération de plus de 600 E par an (prime + revalorisation du salaire).

Un effet aussi sur les prix

Il s'agit d'une des mesures les plus décriées par la presse, qui reproche à la profession le non-respect de son engagement et lui a valu une très mauvaise couverture médiatique. Si le secrétaire d'État a reconnu que l'objectif sur les prix a été partiellement atteint, il a toutefois tenu à relativiser ces chiffres et à démontrer qu'en matière de prix il y avait eu aussi un avant et un après TVA.

Depuis les années 1970, l'indice des prix dans les CHR était structurellement supérieur à l'indice général des prix. Au second trimestre 2009, les prix dans les cafés-restaurants enregistrent un recul de 1,35 % (l'objectif était d'atteindre 3 %), dans le même temps l'économie globale enregistre une quasi-stagnation des prix avec une légère hausse de 0,35 %. Deux tiers des établissements ont pratiqué des baisses de prix, mais moins d'un établissement sur deux a respecté la totalité des engagements du contrat d'avenir en la matière.

Hervé Novelli considère que si l'on tient compte de cette tendance, l'impact réel de la baisse de TVA peut être estimé à 2,5 %, c'est-à-dire en considérant à la fois la baisse des prix et l'absence d'augmentation des prix qui aurait dû se produire.

Mais surtout, pour la première fois, au premier semestre 2010, alors que l'inflation repart avec un indice des prix en hausse de 1,3 % entre janvier et mai, les prix dans les

CHR sont inférieurs à cette évolution avec une hausse de seulement 0,3 %.

Limiter les défaillances d'entreprises

Entre le début de la crise à l'automne 2008 et l'été 2009, les défaillances d'entreprises du secteur des HCR explose, avec un pic au printemps 2009. Cette hausse atteint 30 %, soit le double de la hausse rencontrée dans le reste de l'économie, avec 16 %. Depuis septembre 2009, le nombre de défaillances d'entreprises a reculé de 17 % contre 14 % dans le reste de l'économie.

Parallèlement, depuis onze mois, les créations d'entreprises ont augmenté plus fortement dans la restauration que dans le reste de l'économie.

Quant à la formation, le secrétaire d'État ne s'est pas étendu sur le sujet dans la mesure où il est encore un peu tôt pour faire véritablement un bilan. Toutefois, il a constaté que le nombre de contrats de professionnalisation avait doublé entre le 1^{er} et le 2^e trimestre 2010. En septembre 2009, les contrats d'apprentissage sont en hausse de 6,7 %. Il est toutefois trop tôt pour imputer cette augmentation à l'effet TVA, mais il faudra suivre les rentrées 2010 et 2011.

En revanche, la formation continue des salariés a enregistré une forte hausse sur l'année 2009 (+ 7,9 %), ce qui représente 169 000 salariés formés.

En conclusion, Hervé Novelli a rappelé son attachement au titre de Maître restaurateur, seul titre décerné par les pouvoirs publics. Alors qu'il a remis récemment le 1 000^e titre, il estime que l'objectif des 3 000 Maîtres restaurateurs devrait être atteint d'ici à 2012.

Pascale Carbillat

Évolution des prix en restauration

	DEMI	CAFÉ	SANDWICH jambon beurre	PLAT DU JOUR	STEAK FRITES
Prix en euros					
Prix 2009	2,7	1,9	3,5	13,3	10,6
Prix 2010	2,7	1,7	3,5	9,5	10,4
Évolution en %	0 %	- 11 %	0 %	- 28,5 %	- 1,8 %

Enquête internet CHD Expert réalisée du 9 au 17 juin 2010

L'unité des organisations patronales pour promouvoir le secteur

Les représentants des organisations professionnelles de la restauration signataires du contrat d'avenir ont exposé, d'une seule voix, les enjeux du secteur de la restauration. Temps fort de cette présentation, les résultats d'une étude de TNS Sofres sur le secteur de la restauration et l'annonce du lancement d'une grande campagne de communication pour valoriser la restauration et ses métiers.

Selon l'étude TNS Sofres 'Regards croisés sur le secteur de la restauration' réalisée auprès du grand public et des professionnels (employeurs comme salariés), il ressort que le secteur de la restauration bénéficie d'une bonne image globale. 92 % des salariés de la restauration sont satisfaits de leur métier, et 71 % sont optimistes pour leur avenir professionnel. 81 % des Français ont une bonne image du



Les représentants des organisations professionnelles : (de gauche à droite) **Claude Daumas** (Fagih), **Jacques Barré** (GNC), **Didier Chenet** (Synhorcat), **Philippe Villalon** (Umih), **Philippe Labbé** (SNRTC) et **Gérard Guy** (CPIH).

secteur. Ce taux monte à 95 % pour les restaurants qu'ils fréquentent. Mais cette image reste fragile, car 9 % seulement des Français déclarent avoir une très bonne

image de la restauration (avis partagé par 17 % des employeurs et des salariés). Ce qui est perçu négativement : les conditions de travail et la rémunération. 35 % du grand public considère que les patrons traitent bien leurs salariés (pour 76 % chez les salariés et 68 % chez les patrons). Le grand public estime à 35 % également que la situation des salariés s'améliore, alors 59 % des salariés ont cet avis et 65 % des employeurs. Quant à savoir si la restauration est un secteur où les salariés sont bien payés, il n'y a plus que 17 % de réponses positives (42 % pour les salariés et 32 % pour les patrons). À la lecture de cette étude, il se dégage un

consensus sur l'ouverture et le professionnalisme du secteur, mais, dans l'esprit du grand public en particulier, il demeure une image négative cristallisée sur les questions sociales. Les organisations professionnelles ont décidé de se mobiliser pour communiquer d'une seule voix afin de valoriser les atouts du secteur auprès des jeunes, et plus largement auprès de l'ensemble des Français. Elles ont adopté une signature commune sous le nom 'La restauration, le goût en mouvement'. Cette signature se veut le symbole de l'unité de la profession. Pour aller plus loin, les organisations professionnelles ont aussi annoncé le lancement, à la rentrée 2010, d'une campagne de communication à destination du grand public afin d'expliquer et de valoriser la restauration et ses métiers.

P. C.

BILAN D'ÉTAPE UN AN APRÈS SA MISE EN PLACE

LES RESTAURANTS DE CHAÎNE AU RENDEZ-VOUS DU CONTRAT D'AVENIR

Pour les groupes, la baisse du taux de TVA s'est traduite par une baisse des prix à la carte, mais aussi par un coup de pouce sur les salaires, la mise en place d'une mutuelle, des embauches - notamment en contrats d'apprentissage... Rencontre avec Christophe Mauxion, directeur général de La Boucherie, Michel Morin, président du directoire de Léon de Bruxelles, Laurent Caraux, président d'El Rancho, Jean-Michel Texier, président du directoire du groupe Frères Blanc, Philippe Labbé, président du directoire de Courtepaille, Dominique Giraudier, directeur général du groupe Flo et Jean-François Sautereau, président du directoire du groupe Buffalo Grill.

Propos recueillis par Pascale Carbillet

La Boucherie : une prime d'intéressement pour les employés ayant trois mois d'ancienneté



Christophe Mauxion, directeur général de la Boucherie.

ce qui a permis lors de son premier versement (fin juin) d'en faire bénéficier 90 % des effectifs. Selon les estimations, cette prime d'intéressement devrait permettre aux collaborateurs de bénéficier d'un mois de salaire supplémentaire, soit trois fois le montant de la prime TVA prévue par les accords sociaux. Parallèlement, le groupe met en place - à compter du 1^{er} juillet - une mutuelle de groupe. La baisse de la TVA a aussi permis au groupe d'intensifier son développement (14 ouvertures prévues en 2010), et, de fait, les recrutements avec l'embauche de 15 à 20 personnes par unité. "Grâce à une offre attractive, centrée sur le rapport qualité-prix, le groupe renoue avec une fréquentation positive et constate le redémarrage de son activité, avec une progression de l'ordre de 4 à 5 % depuis le début de l'année. Nous avons créé déjà plus de 200 emplois grâce à la baisse de TVA et nous allons continuer", conclut Christophe Mauxion.

Pour La Boucherie, la baisse de TVA s'est traduite par une baisse des prix de plus de 60 de produits, bien au-delà des engagements contenus dans le contrat d'avenir de la restauration. "La baisse des prix est toujours d'actualité, avec la nouvelle carte d'été que nous avons mise en place au mois de mai. Concrètement, le client paye aujourd'hui le même prix qu'en 2007. Et nous avons l'intention de ne procéder à aucune augmentation, ni rattrapage des prix", tient à préciser Christophe Mauxion, directeur général de la Boucherie. Après avoir redonné du "pouvoir d'achat à ses clients", le groupe a investi pour ses salariés. Depuis le 1^{er} janvier 2010, celui-ci a mis en place une prime d'intéressement dont peuvent bénéficier les salariés ayant au moins trois mois d'ancienneté,



Léon de Bruxelles : avoir un ou deux contrats en alternance par établissement

Chez Léon de Bruxelles, le spécialiste des moules-frites, les prix ont baissé de 4 % en moyenne, les salariés ont bénéficié - dès le 1^{er} juillet 2009 - d'une augmentation de salaire de 3 %, puis, en décembre, d'une mutuelle et d'une première partie de leur prime TVA (le solde ayant été versé sur le salaire de juin). Ils ont également obtenu une 2^e revalorisation salariale au mois de mars. L'enseigne a continué sa politique de développement avec l'ouverture de 6 établissements (3 autres étant prévus d'ici la fin de l'année et 7 d'ici à 2011). Ces ouvertures ont permis le recrutement de 220 salariés supplémentaires en CDI et la conclusion de 12 contrats en alternance. C'est insuffisant reconnaît Michel Morin, président du directoire de Léon de Bruxelles, qui a fixé comme objectif d'avoir un à deux contrats



Michel Morin, président du directoire de Léon de Bruxelles



en alternance par établissement. Juste avant l'entrée en vigueur du taux réduit de TVA, l'enseigne constatait un recul de la fréquentation de 5 %. La tendance s'est ensuite inversée pour atteindre une progression de 5 % à périmètre comparable, soit une hausse globale de 15 % en incluant les nouvelles entités.

Groupe Frères Blanc : 1 250 salariés ont bénéficié d'actions de formation en un an

Dès sa signature, les différentes enseignes du groupe se sont inscrites dans le contrat d'avenir, car il nous appartenait, à nous les restaurateurs, de tenir nos engagements et de faire en sorte qu'ils soient véritablement retranscrits sur le terrain", annonce Jean-Michel Texier, président du directoire du groupe Frères Blanc, qui précise :

"J'avais souhaité que chacun de nos établissements baisse les prix au-delà des 7 produits prévus par le contrat d'avenir, en choisissant 12 produits plébiscités par nos clients, afin qu'ils s'y retrouvent réellement."

Le prix du ticket moyen TTC a baissé de 5 ou 6 %. Cette politique volontariste s'est traduit par une augmentation directe de la fréquentation : + 4 et + 6 % à périmètre comparable, avec une progression à deux chiffres pour les seuls mois d'avril et de mai 2010. Le développement de ce volume d'affaires s'est traduit par des embauches supplémentaires. Il est vrai que le

groupe a dû réintégrer dans différents établissements une soixantaine de salariés suite à la fermeture de la Taverne située boulevard des Italiens à Paris. Mais au final, le solde d'emplois est positif avec 150 personnes supplémentaires. La baisse de TVA a aussi conduit à la mise en place d'une politique

salariale anticipant les engagements du contrat d'avenir. Dès le mois de mai 2009, les salariés ont bénéficié d'une augmentation de salaire de 2 %. Les programmes de formation du

groupe ont été renforcés, permettant à 1 250 salariés de bénéficier d'actions de formation. "La restauration est un métier où l'ascenseur social est une vraie réalité. On peut commencer commis de cuisine et finir directeur d'exploitation", insiste Jean-Michel Texier. Malgré une année 2009 difficile, le groupe a continué à investir pour moderniser ses établissements en y consacrant 3 millions d'euros.



Groupe Flo : 300 à 350 embauches supplémentaires

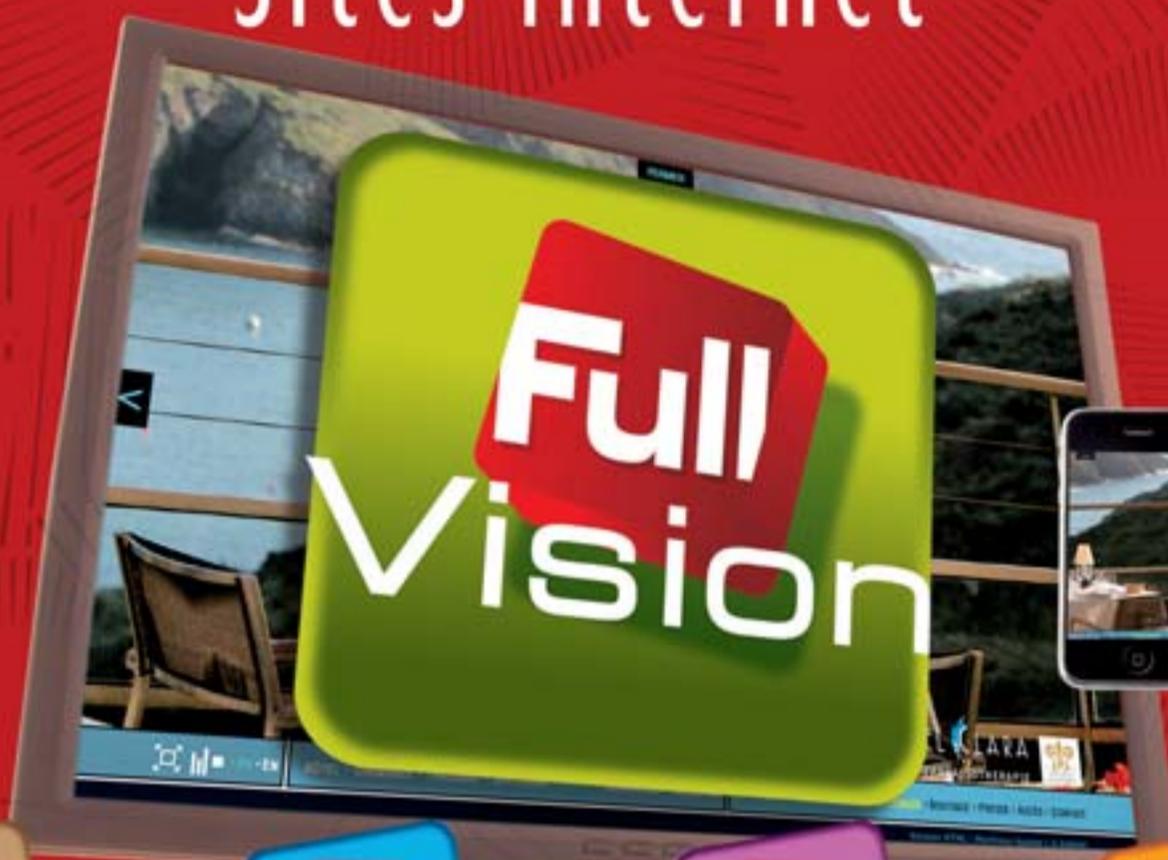


Dominique Giraudier, directeur général du groupe Flo.

Le bilan de la baisse de TVA est très positif malgré une communication désastreuse, estime Dominique Giraudier, directeur général du groupe Flo. Cette mesure a permis de sauver des dizaines de milliers d'emplois. Nous avons baissé les prix de 7,5% en moyenne sur l'ensemble des enseignes du groupe. Nous avons répercuté 70 à 80 % de la baisse de TVA sur les prix. En contrepartie, nous avons constaté une hausse de la fréquentation au cours de ces douze derniers mois. Ce qui a permis une croissance de l'ordre de 10 % sur l'ensemble de nos enseignes. Dès le mois de juillet 2009, nous avons revalorisé les salaires de 2,5 à 3 %.

Cela a été aussi l'occasion de lancer un grand chantier social. Le groupe a proposé une mutuelle frais de santé qui sera mise en place au 1^{er} juillet 2010. À cette date, les salariés bénéficieront aussi de la prime TVA. Depuis un an, nous avons aussi intégré 400 apprentis. La relance de nos ouvertures de restaurants et l'augmentation du volume d'affaires nous a conduit à augmenter nos effectifs, avec 300 à 350 embauches supplémentaires. En matière de baisse des prix, nous ne baissions pas la garde. Nous avons réorienté les produits sur lesquels nous agissons. Par exemple, en diminuant le prix des viandes de race, nous avons constaté une augmentation de 20 à 30% des ventes. Nous sommes dans une logique d'investissement durable tant en matière commerciale que salariale."

Sites Internet



Séduisez
à 100 %

Votre site Internet officiel créé pour vous seul, est unique, totalement vendeur et performant et visible, en outre, version plein écran - Pc ou Mac - et versions mobile allégées.

Full Admin

Gérez vous-même
votre actualité

Des modules à la carte vous permettent d'administrer forfaits, menus, news, bons cadeaux, revue de presse... le plus simplement du monde.

Full Traffic

Amplifiez
votre notoriété

L'abonnement accélérateur de visibilité et amplificateur de visites et donc de ventes. Le supplément essentiel pour développer vos réservations.

Full Booking

Devenez le maître
de vos ventes

Le module de réservation idéal ! 100 % compatible Availpro, il vous permet de gérer vos réservations directement, sans intermédiaire.

Full Visit

Distinguez-vous
vraiment

Pour que la découverte de votre maison soit plus ludique, plus spectaculaire, le module de visite virtuelle 3D FullVisit. Un "Plus" qui vous démarquera encore de vos concurrents.

A rendre **Full** bien des hôtels

Découverte : 8 juillet 2010

Dans votre journal L'Hôtellerie-Restauration

ELIOPHOT

GRUPE ★ EDITOR

VOTRE AGENCE WEB, RECHERCHE GRAPHIQUE ET DÉPLIANT

Tél. 04 42 39 93 13 - www.eliophot.com - contact@eliophot.com

SUITE DE LA PAGE 04

EN BREF

Bilan en demi-teinte pour l'activité de la restauration indépendante

CHD Expert a réalisé une enquête en ligne du 9 au 17 juin auprès de 402 répondants composés à 94,5 % de professionnels indépendants du secteur de la restauration, de hôtellerie avec restauration et des cafés avec restaurant-brasserie.

Parmi l'éventail de professionnels interrogés, 30,3 % estiment que leur chiffre d'affaires a progressé au cours de l'année, contre 36,6 % qui pensent qu'il a diminué.

32,2 % considèrent que leur situation a stagné. Sur un an, l'effectif permanent (hors saisonniers et temporaires) a augmenté pour 27,6 % des sondés, est resté stable pour 54,9 % d'entre eux, et a diminué pour 16,7 % des professionnels. Pour la majorité des entreprises, l'effectif n'a donc pas été modifié. On note cependant que les professionnels ont eu plus tendance à augmenter leurs effectifs qu'à les diminuer. C'est principalement dans le secteur de la restauration que les sondés ont augmenté leur personnel (31,3 %), suivis par les hôtels avec restaurants (27 %).

Quant aux cafés avec restaurant, ils ne sont que 12,8% à avoir augmenté leurs effectifs et représentent 23,1% de ceux qui déclarent les avoir diminués. Les types d'emplois concernés par la hausse des effectifs concernent principalement les CDI (61,1 %) et les contrats en alternance (23 %). P. C.

RETROUVEZ TOUTE L'ACTUALITÉ SUR LA BAISSÉ DE LA TVA

sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet

'Droit et réglementation en CHR'

sur www.lhotellerie-restauration.fr

El Rancho : baisse des prix de 11,8% sur 21 produits



Laurent Caraux, président d'El Rancho.



En moyenne, la baisse des prix sur la carte pour les établissements El Rancho a représenté 3,5 % et a été répartie sur 21 produits qui ont bénéficié d'une baisse intégrale (- 11,8 %), "soit trois fois plus que les engagements prévus dans le contrat d'avenir", précise Laurent Caraux, président d'El Rancho. Après avoir diminué ses prix pendant un an, le groupe va commencer à répercuter l'inflation à partir de septembre 2010. Les salariés n'ont pas été oubliés, le groupe a anticipé l'octroi de la prime TVA en accordant une augmentation de salaire de l'ordre de 3 %. Une mutuelle de groupe obligatoire a été mise en place fin juin, alors que celle prévue par l'accord de branche entrera, au mieux, en vigueur, au 1^{er} janvier 2011. Après une fin d'année 2009 difficile, plus particulièrement novembre et décembre où la fréquentation des établissements était en constante diminution, le début de l'année 2010 voit la tendance s'inverser. "Cette politique des prix a permis de reconquérir notre clientèle, qui était partie vers des formules plus économiques, analyse Laurent Caraux, mais nous devons rester vigilants sur nos offres et plus particulièrement sur celle du déjeuner." En un an, le groupe a recruté 150 salariés supplémentaires, en partie grâce aux 5 ouvertures d'établissements. Ces effectifs vont encore augmenter avec l'ouverture cet été de deux nouvelles unités. Pour le président d'El Rancho : "La baisse de TVA a permis de restaurer une rentabilité normale qui nous permet de reprendre notre politique de développement. Qui dit ouverture dit recrutements supplémentaires. Cette mesure était légitime et nécessaire pour ancrer nos métiers dans le monde économique d'aujourd'hui."

Courtepaille : 3,5 à 5 % d'augmentation de salaire

Philippe Labbé, président du directoire de Courtepaille.



Nous sommes allés bien au-delà des engagements du contrat d'avenir qui ne prévoyait qu'une baisse de 11,8 % sur 7 produits constituant un repas complet", déclare Philippe Labbé, président du directoire de Courtepaille. Le groupe a répercuté cette baisse du taux de TVA sur 40 produits et menus, avec une réduction de l'ordre de 20 % sur le menu enfant afin de favoriser les familles : "Nous en avons profité pour composer un menu à moins de 10 €, comprenant une salade, un plat et un café, afin d'être plus proches des prix pratiqués par les acteurs de la restauration rapide. Au final, depuis un an, sachant que nos prix n'ont pas changé depuis, la baisse représente entre 3,5 à 4 % de moyenne", poursuit-il. "Dès la signature du contrat d'avenir, le groupe a engagé des négociations avec les partenaires sociaux au sein de l'entreprise et nous avons conclu un accord le 30 juin afin que, dès le 1^{er} juillet, tous les salariés puissent bénéficier d'une revalorisation de salaire. En moyenne, les augmentations ont été de 3,5 à 5 % selon les niveaux, car cela nous a permis aussi de mieux rémunérer l'acquisition des compétences. Nous avons mis en place une rémunération variable assise sur le chiffre d'affaires HT qui permet au salarié d'être intéressé au CA au-delà de son minimum garanti. (...) Nous avons créé 150 emplois en CDI, et nous avons constaté une diminution du turnover, ce qui est un gage d'amélioration de la qualité de service pour le client. (...) Suite à la suppression de la prime Sarkozy en janvier 2008 pour les entreprises de plus de 30 salariés, Courtepaille avait, comme beaucoup d'entreprises du secteur, arrêté tout développement en dehors des dossiers en cours. Nous sommes ainsi passés de 18 ouvertures en 2008 à 4 en 2009. Grâce à la baisse de la TVA, nous avons pu reprendre notre croissance et nos investissements, et ce sont 8 restaurants qui ouvriront leurs portes cette année, c'est-à-dire encore 150 nouveaux emplois directs. Au final, nous assistons depuis sept mois maintenant à une reprise significative de la fréquentation dans les restaurants Courtepaille. Je pense que les clients ont progressivement pris conscience du rapport qualité-prix proposé par le réseau de nos 218 établissements. Je trouve que cette TVA à 5,5 % qui est, je le rappelle, une mesure d'équité fiscale entre toutes les formes de restauration, aura eu des effets bénéfiques pour les clients, pour les salariés et pour l'entreprise Courtepaille qui retrouve une capacité d'investissement nouvelle."

Buffalo Grill : 400 emplois créés et 106 jeunes en alternance

Malgré un tassement de l'activité au premier semestre 2009, les 327 restaurants du groupe Buffalo Grill, se sont engagés à appliquer immédiatement les mesures du contrat d'avenir. En matière de baisse des prix, le groupe a doublé les prescriptions prévues par le contrat d'avenir en diminuant 15 produits et menus au lieu des 7 demandés, soit une baisse de 4 % en moyenne depuis juillet 2009. Résultat : les ventes ont progressé de 20 %. Le taux de prise du menu Pony Express a augmenté de 40 % et celui des jus de fruits, de 26 % (le groupe a choisi de baisser les prix des jus de fruits, mais pas des sodas). Buffalo Grill tient à rappeler que l'enseigne n'avait ni augmenté les prix, ni diminué les portions depuis 2008, et a pratiqué le gel des prix des menus depuis dix-huit mois. Cette politique a été très bien perçue par la clientèle puisque la fréquentation a augmenté, permettant au groupe de voir son chiffre d'affaires HT en 2009 progresser de 4,5 %.

La politique de développement du groupe s'est traduite par 14 nouvelles ouvertures. Pour l'année 2010, Buffalo Grill va réaliser 33 millions d'euros d'investissements, dont 20 pour la croissance, 10 pour la maintenance

et 3 pour l'amélioration des outils industriels et des systèmes de formation. L'amélioration de la situation des salariés de l'enseigne a été négociée par la direction du groupe avec les organisations syndicales, avec la signature d'un accord d'entreprise avec tous les syndicats à l'exception de la CGT applicables dès le 1^{er} juillet. Celui-ci a instauré une augmentation générale de 3 % du salaire de base. Pour leur part, les salariés rémunérés au pourcentage service sur le chiffre d'affaires TTC ont bénéficié d'une revalorisation de leur salaire de 4,66 %, afin de ne pas voir diminuer leur rémunération du fait de la baisse de la TVA. Dans le même temps, était accordée une revalorisation de +3 à +7 % du salaire minimum prévu par échelons et par niveaux. L'accord prévoit aussi l'octroi d'une indemnité de transport, par an et par salarié. Ces revalorisations salariales se sont accompagnées d'une politique des ressources humaines innovante avec notamment la mise en place de badgeuses dans plus de 220 succursales, afin de décompter le temps de travail effectif des salariés. Des primes d'objectifs ont été mises en place pour l'encadrement.



Bilan de ces actions, Buffalo Grill a diminué le turnover de moitié, et les salariés ayant plus d'un an d'ancienneté représentent désormais plus de 75 % des effectifs. En onze mois, le groupe a créé près de 400 emplois, soit une augmentation globale de 8 %, sans oublier les 106 jeunes présents actuellement en contrat en alternance. L'enseigne est allée au-delà des engagements demandés en concluant un accord d'entreprise en faveur de l'emploi des personnes handicapées. Celle-ci a atteint son objectif de 50 salariés supplémentaires pour

atteindre un total de 200 sur l'ensemble du réseau, grâce à l'implication active de tous les managers de restaurants. L'investissement dans les ressources humaines se poursuit avec la conclusion d'un accord le 25 juin 2010, qui prévoit la mise en place d'une mutuelle de frais de santé, une revalorisation de tous les niveaux de la grille de salaire au 1^{er} juillet 2010 et l'octroi d'une 6^e semaine de congés payés en lieu et place de certains jours fériés jugés d'application trop complexe et surtout peu visible et lisible pour les salariés.

La politique de développement du groupe s'est traduite par 14 nouvelles ouvertures en un an.

Micro-trottoir "Comment avez-vous vécu la baisse de la TVA en restauration, un an après sa mise en place ?" Vos réactions.

■ Christophe Pillière, hôtel Les Voyageurs à Lezoux (63), président des Logis du Puy-de-Dôme "La crainte de voir remonter la TVA"



"Je le vois parmi les adhérents des Logis. La baisse de la TVA a permis à certains de s'en sortir, de contrecarrer les effets négatifs de la crise. Sans ce passage de 19,6 % à 5,5 %, ils ne seraient plus là. Donc, c'est vraiment positif. Il y a eu aussi des investissements qui n'auraient pas été possibles autrement. Et des hausses de salaires, des primes... Quant à l'opinion de la clientèle, je n'ai eu aucune réflexion négative. C'est vrai que nous avons joué le jeu et baissé nos tarifs. Ce sont surtout les médias qui se sont montrés critiques, en oubliant que nous avons perdu les aides dites 'Sarkozy', que pour tous ceux qui ont des demi-pensions ou des soirées étapes, la TVA était déjà en dessous de 19,6 %. Pour ma part, j'évalue la baisse réelle à 6 ou 7 %.

La crainte qui existe, c'est de voir remonter la TVA, alors que nous avons encore des échéances lourdes à venir de mise en conformité avec les nouvelles réglementations." P. B.

■ Marc Vanhove, brasserie le Régent à Bordeaux (33) "Cela m'a permis d'accélérer un projet"



"J'étais contre cette baisse de la TVA. Mais j'ai joué le jeu au-delà de ce qui était demandé. Ce que j'ai gagné en TVA - entre 30 et 35 000 E par mois -, je l'ai reporté sur notre offre 'les plus grands vins du monde à la portée de tout le monde'. Dans le même temps, nous avons baissé le prix de 24 produits à la carte, au lieu des 7 préconisés. En 2009, le chiffre d'affaires avait baissé de 16 %. Cette année, sur les six premiers mois, j'en suis à + 35 % au niveau de la fréquentation et à + 25 % pour le chiffre d'affaires. La baisse de la TVA m'a également permis d'accélérer un projet que j'avais depuis quelques années. Car au vu de mes résultats, les banques m'ont suivi lorsque j'ai décidé d'acheter, entre avril et mai dernier,

trois restaurants à Bordeaux afin de lancer l'enseigne Bistro Régent. Et sur chaque adresse, je vais employer à partir de septembre, 25 personnes. Bref, on explose les objectifs fixés par le Gouvernement !" B. Du.

■ Arnaud Perodeau, pizzeria El Phare Ouest La Palmyre (17) "On a baissé toute notre carte de 5 %"



"Cela a été une très bonne chose pour nous. En plus des 7 produits, on a baissé toute notre carte de 5 % le 1^{er} juillet, on a augmenté tout le personnel de 5 %, et on a embauché une personne en plus pour l'été. Augmenter notre personnel, c'était vraiment important pour nous, on a d'ailleurs noté cette augmentation sur leur contrat de travail. Avec l'argent qui restait on a installé une station d'adoucissement de l'eau. Les clients nous ont beaucoup parlé de la baisse de la TVA, d'autant plus qu'ici, à La Palmyre, où la plupart des restaurants sont uniquement saisonniers, beaucoup n'ont pas joué le jeu. Mais ce n'est pas pour ça qu'on a mieux travaillé, ou que les autres ont moins bien travaillé. Cette baisse de la TVA nous permet d'être soulagés financièrement." É. B.

■ Brigitte Philippot, propriétaire du Provence à Lanarce (07) "Une bonne nouvelle à partager"



"Je recevais le titre de Maître restaurateur le jour de l'annonce officielle. C'était une bonne nouvelle qu'il nous fallait absolument partager avec nos clients, puisque ce sont eux qui nous font vivre. Quand on se bat et qu'on obtient ce que l'on veut, il faut jouer le jeu et donc répercuter cette baisse. Nous avons choisi de l'appliquer sur tous nos produits, c'est-à-dire sur les menus mais aussi les plats à la carte. Nous sommes donc allés bien au-delà des recommandations. Et les gens ne s'y sont pas trompés : ils nous ont dit que nous avons eu une attitude honnête à leur égard. Les critiques qu'a pu subir la profession, je passe dessus. Elles viennent souvent de personnes qui n'ont pas conscience

de l'effort réalisé. Et si chez nous, tout le monde n'a pas suivi le mouvement, c'est parce que nous sommes à l'image de la société où certains ne sont pas parfaits. Quant aux conséquences, c'est difficile de les analyser. Je pense que nous dépendons plus de la météo que de la baisse des prix..." J. B.

■ François Pasteau, L'Épi Dupin, Paris (VI) "Plus de confort de travail pour l'ensemble de l'équipe"



"Cela a été une bonne nouvelle quand c'est arrivé. J'ai baissé mon menu-carte et ma formule déjeuner d'un euro. Je n'ai pas énormément baissé, mais j'estimais que je n'étais déjà pas très cher, j'ai voulu faire un petit geste. L'établissement fonctionnait très bien avant la baisse, donc cela ne m'a pas changé la vie. Mais cela m'a quand même permis d'embaucher une personne en cuisine et une en salle dans l'année et de continuer à investir dans la qualité des assiettes et dans la maison. La baisse de la TVA m'a surtout aidé à donner plus de confort de travail à l'ensemble de l'équipe et un peu plus de temps libre." Ju. G.

■ Serge Latour, Le Relais du Castera à Nestier (65) "La baisse était nécessaire dans les zones reculées"



"La baisse de la TVA nous a fortement aidés en termes de trésorerie et les restaurateurs qui ont joué le jeu ont moins hésité à embaucher du personnel. Mais elle était nécessaire, surtout pour des établissements comme les nôtres, installés dans des zones assez reculées. Nous n'étions plus compétitifs à partir du moment où l'on continuait à travailler des produits frais, à tout transformer dans nos maisons. La baisse de la TVA a rendu notre profession plus attractive mais la marge de manœuvre est étroite, les salaires ont augmenté, la durée des vacances aussi. Ce qui est rassurant, c'est que nos clients ont trouvé cette baisse juste et justifiée." B. De.

■ Pao Magny, La Petite Maison à Lorp-Sentaraille (09) "Une incitation balayée par la crise financière"

"Nous avons vécu cela comme quelque chose de résolument positif. Nous avons engagé une personne en plus, diminué de 10 % les prix de nos menus du déjeuner. Mais la baisse de la TVA n'a pas eu pour effet de nous apporter une clientèle supplémentaire. Ce qui aurait pu être une incitation à faire venir de nouveaux clients a été balayé par la crise financière." B. De.



■ Huguette de San Nicolas et Nelly Baland, propriétaires du Saint-Nicolas, à Grenoble (38) "Nous espérons mieux"



"C'est arrivé à point nommé car cela nous a permis de ne pas mettre la clé sous la porte. Mais nous espérons mieux. Nous avons d'ailleurs embauché deux personnes. Sans doute trop tôt. Car la baisse de la fréquentation enregistrée depuis quelques mois nous a obligées à réduire la voilure. Aujourd'hui, le restaurant ne compte plus que trois salariés.

Il faut dire que le soir, les gens ne sortent plus ! Le midi, on se maintient à 20 ou 30 couverts. Mais question cuisine, il nous faut saisir toutes les opportunités pour proposer des plats moins chers. Les gens y sont sensibles." N. R.

NOUVEAU

Monde croustillant

Prix de lancement
14,08 €/ct*

www.EDNA.fr

Tiefkühlbackwaren · Bakery Products
Produits boulangers · Prodotti da forno

N°VERT TEL 0 800 58 25 30

N°VERT FAX 0 800 82 67 30

* 32 pcs/ct, Prix de lancement valable pour des livraisons entre le 1er juillet et le 31 août 2010. Tarif de base H.T. EDNA Plus, minimum de commande 125 €.

Micro-trottoir (suite) "Comment avez-vous vécu la baisse de la TVA en restauration, un an après sa mise en place ?" Vos réactions.

■ Guillaume Sourrieu, chef étoilé à L'Épuiette à Marseille (13) "Cela a donné de l'air à ma trésorerie"



"Deux mois après la baisse du taux de TVA, j'ai recruté un chef de partie en cuisine. J'ai aussi baissé plusieurs plats de ma carte et pratiqué des tarifs plus bas sur mes suggestions, tout en veillant à maintenir la qualité des produits proposés aux clients. La TVA à taux réduit a donné de l'air à ma trésorerie même si mon ticket moyen a baissé. Pourtant, l'année 2010 est difficile.

Les entreprises ont réduit la voilure et la fréquentation a baissé. Il ne faudrait pas que, au prétexte de faire rentrer davantage d'argent dans les caisses de l'État, celui-ci revienne sur la TVA, comme cela a été le cas en Grande-Bretagne."

D. F.-N.

■ Gilles Hérard, L'Atelier à Chambéry (73) "La baisse de la TVA est un leurre"



"J'ai tout axé sur les salaires des employés, je n'ai pas baissé mes prix car ils sont tirés au plus juste. J'ai pu entamer des investissements et quelques rénovations. J'aurais aimé recruter un salarié à temps plein et un autre à mi-temps, mais les charges sont trop lourdes. Je travaille donc 16 heures par jour pour avoir une affaire profitable. Si je recrute, la rentabilité de mon affaire deviendrait médiocre. Pour moi cette baisse de la TVA est un leurre.

Bien sûr, nous avons tous apprécié ce coup de main, mais à mon avis dans trois ans, nous en serons au même point. On fige le prix des menus car nous souffrons de la conjoncture, mais le prix des matières premières augmente continuellement. Les fournisseurs ne nous font aucun cadeau. Dans deux ou trois ans, nous aurons à nouveau besoin d'air. J'aurais préféré une baisse des charges qui aurait influé, à coup sûr, sur le recrutement."

F. T.

■ Didier Marchand, Auberge du Val d'Ouche à Bligny-sur-Ouche (21) "Un non-événement"



"Pour moi la baisse de la TVA a été un non-événement. Comme d'habitude, on nous fait une fleur d'un côté que l'on nous reprend de l'autre. Il ne faut pas oublier que les charges sociales ont été augmentées en fin d'année dernière ! Ce qui aurait dû être fait, c'est baisser les charges sociales. Nous avons choisi de ne pas répercuter cette baisse sur nos tarifs ; mais en revanche,

nous ne les avons pas augmentés et cela depuis quatre ans. Dans un établissement de campagne comme le nôtre, au cœur de la Bourgogne, avec une clientèle composée à 80 % de touristes, baisser nos prix ne nous aurait pas apporté plus de fréquentation. D'autant qu'avec les contrecoups de la crise, moins de dépenses par couvert, un hiver très rude, notre chiffre d'affaires a chuté de 50 %. En revanche, cette mesure fiscale nous a permis d'investir 10 000 euros dans des travaux de sécurité de l'hôtel qui devaient être effectués. En cela, elle a été positive."

M. H.

■ Valérie Lefay, Le Saint-Georges à Saint-Juire-Champgillon (85) "Aucune réaction des clients"



"Évidemment, la baisse de la TVA a eu un impact au niveau de la comptabilité, et puis elle nous a permis de réaliser notre projet d'embauche. Mais on n'a pas ressenti de changement particulier auprès de la clientèle. Quand on l'a établie, on a baissé les prix de tous nos menus et de certaines boissons, et on l'a signalé sur la carte. Pourtant nous n'avons eu absolument aucune réaction

de la part des clients. Depuis la baisse de la TVA, notre menu du midi est passé à 11,50 E, au lieu de 12,50 E, avec entrée, plat, fromage, dessert, vin et café. Il faut dire aussi que cela ne fait pas longtemps qu'on travaille autant avec ce menu. Peut-être que cela a eu un impact en attirant plus de monde au déjeuner, même si les clients ne nous en ont pas parlé."

É. B.

■ Patrick Malvaës, La Guérinière à Gujan-Mestras (33) "Les clients ont compris notre position"



"Cette baisse de la TVA m'a fait gagner 150 000 E sur l'année, ce qui m'a permis à la fois de créer quatre emplois, dont trois en cuisine, et d'augmenter les salariés. La revalorisation a été importante, + 5 % pour tout le monde et des primes au mérite pour certains. Concernant les prix, je ne les avais pas augmentés depuis trois ans et

j'étais dans l'obligation de le faire. Finalement, ils sont restés les mêmes. À l'attention des clients, j'avais préparé un texte expliquant pourquoi je n'avais pas modifié les tarifs. Mais je n'ai eu besoin de distribuer cet argumentaire que 5 ou 6 fois. Les clients ont compris notre position. Pour moi, cette baisse n'était pas adaptée aux restaurants gastronomiques, car contrairement à d'autres formes de restauration, on ne peut pas rogner sur la qualité."

B. Du.

■ Dunja Studen-Kirchner, directrice générale de l'Abbaye de Talloires à Talloires (74) "Nous avons respecté toutes les prescriptions"



"Cette mesure a eu un impact fort sur notre établissement. Cela nous a permis de recruter. Nous avons embauché un apprenti et une personne au service. Nous avons refait toute la salle du restaurant et investi dans l'achat de matériel. Nous n'aurions jamais pu le faire sans cette mesure. Avec le battage médiatique, les clients étaient en attente d'une

baisse de prix sur les menus. Nous avons donc respecté toutes les prescriptions et baissé nos tarifs. Bien que nous soyons un établissement haut de gamme, nous avons été surpris de voir que la clientèle appréciait beaucoup de profiter de cette mesure. La fréquentation s'en est aussi ressentie."

F. T.

■ Cyril Paysserand, Les Saveurs d'Ingres, à Montauban (82) "Plus à l'aise sur le plan de la trésorerie"



"La baisse de la TVA nous a fait énormément de bien. Elle a entraîné une hausse substantielle de fréquentation pendant trois à quatre mois. On est plus à l'aise sur le plan de la trésorerie et on a pu apporter davantage de confort matériel au personnel, notamment en augmentant la période des congés. Nous avons baissé les prix de nos

premiers menus aussi bien le midi que le soir et nous avons communiqué sur cet argument. Toutefois, depuis le début de l'année, on a un réel ralentissement de la fréquentation et il est de plus en plus difficile de faire venir dans nos établissements les gens touchés par la crise économique."

B. De

■ David Mollicone, La villa Augusta à Saint-Paul-trois-Châteaux (26) "Créer des emplois et poursuivre notre développement"



"Cette baisse, c'était pour nos entreprises une possibilité d'avancer. Il fallait donc en profiter. Chez nous, cela s'est traduit de trois façons. Dans le minibar de l'hôtel, nous avons décidé d'offrir eau minérale et jus de fruits. Au restaurant, le prix de notre premier menu avec entrée, plat et dessert n'a pas changé, il est toujours à 28 E.

Mais la baisse de la TVA m'a permis de bénéficier de 2,50 E supplémentaires pour acheter les produits. Les producteurs locaux aussi ont joué le jeu, je suis donc monté en gamme et les clients habitués aux tables gastronomiques et aux Relais & Châteaux, s'ils ne regardent pas toujours le prix, savent faire la différence en termes de qualité. Mais surtout, cela nous a permis de créer des emplois et de poursuivre notre développement. Nous avons donc accueilli deux nouveaux salariés en cuisine et deux autres en salle."

J. B.

■ Jean-Philippe Dupuis, directeur général, et Stéphane Marie, directeur de la restauration, restaurant Le Garage, à Lyon (69) "La clientèle s'attendait visiblement à plus de baisse"



"Nous avons la chance de bien travailler tout en ayant baissé nos tarifs sur le menu du jour, les cinq plats à la carte, le café, les softs, conformément à ce qui nous était demandé. Nous avons fermé pendant dix semaines juste au début de l'application de cette baisse et n'avons donc pas eu à faire cette

éducation auprès d'une clientèle qui s'attendait visiblement à plus de baisse dans les restaurants en général."

S. De.

■ Sébastien Sevellec, La Villa à Calvi (20) "Une baisse de l'ordre de 20 à 30 E sur notre ticket moyen"



"En Corse, nous avons déjà une TVA plus faible que sur le continent. Son application n'a pas eu d'impact significatif. Mais, en raison de la conjoncture économique, nous avons choisi de diminuer nos prix, de repositionner notre offre, ce qui s'est traduit par une baisse de l'ordre de 20 à 30 E sur le prix de notre ticket moyen."

B. De.

■ Jean-Charles Bissonnier, restaurant Rocher des Pirates à Rivesaltes (66) "Une équipe plus soudée et plus efficace"



"Lorsque nous avons appris la baisse de la TVA il y a un an, nous avons pris la décision de ne pas baisser les prix, mais d'utiliser ce soutien pour augmenter les salaires, de 30 à 40 %, ce qui représente jusqu'à 400 E de plus par mois sur certaines fiches de paie ! Il était très important pour nous de faire profiter nos salariés de cet avantage, parce que nous voulons

une équipe stable et soudée. Nous avons conservé quasiment l'intégralité des salariés. Nous avons communiqué auprès de la clientèle sur cette stratégie, en affichant une note explicite à l'entrée du restaurant. C'est sans doute pour cela que nous n'avons eu aucune réflexion sur le maintien des prix, et avons enregistré même une augmentation de la fréquentation. Pour nous, le résultat de la baisse de la TVA, c'est une équipe plus soudée et plus efficace. Le bilan est donc positif, sans le moindre doute."

F. M.

■ Jean-Paul Bonnet, Brasserie Léopold, à Aix-en-Provence (13) "J'aurais voulu recruter en cuisine"



"J'ai joué le jeu de la baisse du taux de la TVA en augmentant les salaires, en diminuant les prix de mes formules et de certains plats. Résultat : le nombre de couverts a augmenté et j'ai pu mieux équilibrer mes comptes. La difficulté principale est de recruter. Dans notre secteur, c'est un vrai handicap. Il est presque impossible de trouver du personnel de cuisine. J'ai dû retourner

aux fourneaux et demander à mon personnel de faire davantage d'heures supplémentaires."

D. F.-N.

■ Benjamin Toursel, L'Auberge du Prieuré, à Moirax (47) "Nos comptes sont à l'équilibre"



"La baisse de la TVA nous a permis de compenser le manque à gagner généré par la crise économique. Nos comptes sont à l'équilibre. Mais la baisse de la TVA n'a pas engendré de hausse de fréquentation même si nous avons diminué les prix et supprimé la carte pour la remplacer par un premier menu incluant 2 entrées, 1 plat et 1 dessert."

B. De.

AVEC LA SUPPRESSION DU REVENU FISCAL DE RÉFÉRENCE

L'AGENCE NATIONALE DES CHÈQUES-VACANCES S'OUVRE AUX PETITES ENTREPRISES

L'ANCV a conclu 7 partenariats, mercredi 23 juin à Bercy, en présence d'Hervé Novelli, afin de permettre aux salariés des TPE de bénéficier de ces titres.

En 2008, sur les trois millions de salariés qui bénéficiaient des chèques-vacances, seuls 22 000 appartenaient à des entreprises de moins de 50 salariés (soit à peine 1 %). Le dispositif alors en vigueur conduisait à privilégier l'accès aux chèques-vacances aux salariés des grandes entreprises ainsi qu'à ceux de la fonction publique. Une première loi de 1999 avait créé un régime spécifique pour les entreprises de moins de 50 salariés dépourvues de comité d'entreprise, en imposant trois conditions strictes à respecter, portant sur le revenu minimal du salarié, un accord de branche et une obligation d'épargne du salarié. En pratique, ces conditions conduisaient à exclure les petites entreprises du dispositif.

Fort de ce constat, **Hervé Novelli** a fait adopter, dans la loi de modernisation du tourisme, un article simplifiant la mise en place des chèques-vacances dans les entreprises de moins de 50 salariés, en prévoyant :

- de permettre l'accès de tous les salariés aux chèques-vacances en supprimant la notion de revenu fiscal de référence ;
- de donner le choix à l'employeur de prélever en une ou plusieurs fois la participation du salarié sur

les chèques-vacances ;

- d'étendre le bénéfice des chèques-vacances aux chefs d'entreprise, afin de les inciter à mettre en place cet avantage social.

Les chèques-vacances, qui peuvent être pris en charge à hauteur de 80 % par l'employeur, sont exonérés de charges sociales (sauf CSG et CRDS), dans la limite de 400 € par an et par salarié.

L'objectif visé est d'en faire bénéficier, d'ici à deux ans, 500 000 des 5,8 millions de salariés des petites entreprises, répartis sur 1,2 million d'entreprises. Pour répondre à cet objectif, la loi a aussi donné la possibilité à l'Agence nationale des chèques-vacances (ANCV) de recourir à des partenaires privés pour faire la promotion de cet avantage social. Partenariat qui s'est concrétisé, mercredi 23 juin, avec la signature à Bercy de conventions entre l'ANCV, cinq apporteurs d'affaires et deux prescripteurs.

Les cinq premiers apporteurs d'affaires retenus, sont : le groupe de protection sociale AG2R La Mondiale, la banque BNP Paribas et trois émetteurs de titres : Chèque-Déjeuner, Edenred France (ex-Accor Services) et Sodexo. En contrepartie, ils bénéficieront d'une rémunération fixe ou variable selon



Hervé Novelli, secrétaire d'État aux Petites et Moyennes Entreprises, et **Jean-Jacques Descamps**, président du conseil d'administration de l'ANCV, entourés des représentants des 7 entreprises signataires du partenariat.

leur contrat et le volume d'affaires. En revanche, l'ANCV reste l'unique émetteur et gestionnaire des chèques-vacances.

Afin d'assurer la promotion de ce nouvel avantage social auprès de leurs adhérents ou de leurs clients, deux partenariats ont été signés avec le Conseil supérieur de l'ordre des experts-comptables (CSOEC) et la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA).

Cette politique de développement des chèques-vacances dans les petites et moyennes entreprises s'est aussi concrétisée avec la mise en place en mars dernier d'une boutique en ligne sur internet (www.ancv.com). Cette nouvelle fonction permet d'effectuer toutes les démarches rapidement et simplement : simuler son budget, devenir client, passer sa commande, la payer, en suivre l'exécution...

Pascale Carbillat

POUR REDEVENIR LE N° 1 MONDIAL DU TOURISME

Atout France présente sa nouvelle stratégie

À l'occasion de l'assemblée générale de l'Agence de développement touristique de la France, **Renaud Donnedieu de Vabres**, président du conseil d'administration, a présenté les grands axes de développement de l'Hexagone en matière de tourisme.

Le tourisme français est un secteur évalué à 7,5 milliards d'euros en 2009, loin devant l'agroalimentaire (4,2 milliards d'euros), et représentant 6,3 % du PIB national. Pourtant, sous ces chiffres encourageants, le constat dressé par Atout France, à l'occasion de

son assemblée générale, est autrement plus dur : le tourisme est à la peine, avec des offres souvent mal adaptées, et ne peut répondre aux nouvelles attentes émergentes. "Nous ne sommes plus les premiers, déclare **Renaud Donnedieu de Vabres**, président du conseil d'administration d'Atout France, il y a urgence à bâtir une stratégie plus forte, s'appuyant sur une offre renouvelée, avec des investissements lourds."

"Bâtir le Google Earth du tourisme en France"

Et en effet, les investissements connaissent un net recul. "Nous sommes passés entre 2008 et 2009, de 12 milliards d'euros d'investissements environ à 9,4 milliards d'euros, soit une baisse de 20 %", déplore **Christian Mantei**, le directeur général d'Atout France. Selon lui, la situation est d'autant plus alarmante que sur le plan international, "nous ne sommes plus la première région touristique du monde mais la troisième, car il est aujourd'hui plus impor-



tant d'être le premier en recettes, qu'en nombre d'arrivées". Pour Atout France, l'objectif premier est donc de rattraper l'Espagne, "qui est passée devant la France avec une augmentation annuelle de ses recettes touristiques de 4,6 %, alors qu'avec 49 milliards d'euros, les recettes françaises ne croissent plus que

de 3,5 % par an."

Pour reprendre la tête au niveau mondial, Atout France entend cibler les seniors et les jeunes 'des marchés matures' ainsi que les classes moyennes des pays émergents, tout en fidélisant les filières existantes des tourisms d'affaires et familial, sur lesquels la France a perdu régulièrement des parts de marché depuis plusieurs années.

Enfin, Atout France compte également affirmer son leadership dans le domaine de la distribution : "Il faut construire un réseau d'influence mondial reposant sur tous les canaux : web 2.0, blogs, réseaux sociaux..." Une ambition bien résumée par son président : "À nous de bâtir le Google Earth du tourisme en France !"

Le cap a donc été donné. Reste à voir comment les professionnels, vivement sollicités par l'Agence - notamment au niveau des investissements -, répondront à ces attentes, la plupart étant dépendants du contexte économique.

Évelyne de Bast

BANC D'ECAILLER - ETAL A POISSON
réalisations sur mesure

L'ATELIER DE PICARDIE Tél. : 03 23 08 59 54
atelierdepicardie@orange.fr Mob. : 06 10 53 04 01

Des formations 100 % opérationnelles **Asforest**
www.asforest.com

Formation & Conseil

Langues	Normes de classement hôtelier
Qualité de service	Droit social
Gestion	Permis d'exploitation
Rentabilité	RH
Hygiène/HACCP	Création d'entreprise CAP Cuisine

Hôtels • Cafés • Restaurants • Traiteurs
4, rue de Gramont • 75002 Paris • 01 42 96 09 27
asforest@asforest.com

EN BREF

La Bazarette Fooding
à Paris, Calvi et Biarritz

La Bazarette Fooding consiste à faire se rencontrer, de manière surprenante et dans des lieux inattendus, des petits producteurs et le public. Réunion joyeuse d'artisans, véritable marché éphémère, la Bazarette accueille le public pour des apéritifs autour de la crème des produits de chaque région, à peine transformés. Le boucher grille sa viande, le fromager tartine, le maraîcher presse... Tous les produits sont servis sous forme de tapas, d'amuse-bouche et en accord avec la Tomate Ricard. Les bénéfices des entrées iront à Action contre la faim.

Programmation détaillée :

- À Paris le 2 juillet de 19 heures à 23 heures pour le festival Days Off. Avec le mixologue **Olivier Bon** et sa Tomate Ricard revisitée, le boulanger **Jean-Luc Poujauran**, le boucher chevalin **Erika Lombard**, l'épicier **Cédric Casanova** (La Tête dans les olives), les maraîchers **Alexandre Drouard** et **Samuel Nahon** (Terroirs d'avenir), la fromagère **Virginie Boularouah** et également au menu, les macarons de Joyeuse de la Maison Charaix.
- À Calvi le 5 juillet de 20 heures à 23 heures pour Calvi on the Rocks. Avec le mixologue Olivier Bon, le mareyeur **Christian Acquaviva** avec les huîtres de Diane, le charcutier **Olivier Martinez**, l'épicier **Nicolas Caumer**, le maraîcher **Jérémy Verdeau** et la pâtissière **Gisèle Grimaldi**...
- À Biarritz le 24 juillet de 18 heures à 21 heures pour le Big Festival. Avec le mixologue Olivier Bon, le boucher chevalin **Éric Vigoureux**, le fromager **Frédéric Minvielle**, le maraîcher **Jean-Luc Garbage**, **Hervé Philippe** de la poissonnerie Ramona, le boulanger **Olivier Gravé** et le charcutier **Éric Ospital**.

À LA TÊTE DES CUISINES D'UN PALACE

YANNICK ALLÉNO À MARRAKECH

Marrakech (Maroc) Le Royal Mansour, membre de Leading Small Hotels of the World, vient d'ouvrir avec 53 riads de 1 500 à 30 000 euros la nuit. Dans ce somptueux palais marocain, le chef signe un restaurant double.

Is sont venus me chercher. Je suis un chef d'hôtel, revendique Yannick Alléno, 3 étoiles au Meurice, et j'avais déjà repris la restauration du Cheval blanc à Courchevel, étoilé cette année. Au Royal Mansour, j'ai la responsabilité de la totalité de la restauration, du petit-déjeuner au room-service en passant par les restaurants. Cela fait deux ans que le chef travaille à ce projet. À la direction de l'hôtel, on retrouve **Jean-Pierre Chaumard**, directeur général du Royal Palm à l'île Maurice pendant dix-sept ans. Autant dire que la clientèle grand luxe, il connaît. Lui aussi a intégré le projet en cours de route, pour y apporter son expertise et ses judicieux conseils de professionnel alors que les architectes et les artisans façonnaient le Royal Mansour, nouveau joyau de la couronne du Maroc. *"Nous ne sommes pas un hôtel, mais un lieu exclusif. Nous n'avons pas de concurrent, assène d'emblée Jean-Pierre Chaumard. Nous sélectionnons nos clients. C'est aussi une volonté du roi d'upgrader la destination."*

Le Royal Mansour, ce sont 53 riads, sur trois niveaux, avec une, deux ou trois chambres. Salon, cuisine et bar au rez-de-chaussée avec un majordome, les chambres à l'étage avec dressings et salles de bains somptueuses et, pour finir, une terrasse sur le toit avec une tente d'inspiration marocaine, un bassin de rafraîchissement, une douche, le tout à l'abri des regards.

Le luxe à l'état pur

Ici, on ne vient pas pour se montrer mais pour se détendre en toute discrétion. Pour pénétrer dans ce palais entouré d'un mur d'enceinte infranchissable, il faut passer des points de contrôle et franchir l'immense porte en bois. Le spectacle commence. Vêtements traditionnels pour le personnel qui ressent une grande fierté de travailler dans l'établissement du roi. Fierté aussi vis-à-vis du lieu, qui a demandé cinq années de construction et qui est un hymne au Maroc, selon la volonté du roi **Mohammed VI**. Du luxe à l'état pur, les plus belles étoffes, les artisans les plus renommés, des livres sur le Maroc dans les bibliothèques, des artistes marocains exposés sur les murs... et bien sûr, la cuisine marocaine.

Yannick Alléno se retrouve à devoir relever un double défi : mettre en place un restaurant de cuisine française et un second de cuisine marocaine. *"J'ai travaillé avec Fabien Caboy, qui a longtemps vécu au Maroc et qui est aujourd'hui*



Première vision des lieux lorsqu'on franchit les portes du Royal Mansour.

Yannick Alléno, chef 3 étoiles Michelin du Meurice à Paris (1^{er}), est en charge de toute la restauration.

chef du restaurant marocain. J'ai demandé aussi aux Marocains de l'équipe de me faire découvrir les recettes traditionnelles et familiales. On est partis à

la découverte des produits marocains et à la recherche de producteurs. Impossible de ne pas être inspiré. C'est bien de la cuisine marocaine mais vue par mon prisme. Pour les deux tables, j'ai pour mission d'être au niveau d'un 3 étoiles."

À La Grande Table marocaine, le repas commence par cinq plats à partager pour entrer directement dans l'univers marocain : Tajine de bar, palourdes en persillades ; Lotte à la vapeur de menthe, coriandre et ravioles de foie aux herbes aromatiques ; Épaule d'agneau confite aux épices, raisins secs aux écaillés d'aubergine et gingembre frais...

Pour La Grande Table française, Yannick Alléno a conçu une "cuisine dédiée à l'endroit". Aucun plat du Meurice ou du Cheval blanc. *"Ce qui demande le plus de temps, c'est le travail sur les produits. On peut trouver pratiquement tout sur place, mais le goût, la texture, les saveurs sont différents. Il faut donc concevoir les plats avec ces nouvelles données."* Chair d'araignée en cannelloni de blanc de calamar, barigoule safranée en délicate gelée ; Selle d'agneau de lait de Corrèze rôtie aux condiments, salade de courgette aux oubliés ; Faux-filet de bœuf wagyu rôti, bonbons de pommes de terre à la purée d'ail confit, salade de nori. Côté tarifs : entre 37 et 140 euros les entrées, entre 55 et 140 euros les plats et de 18 à 25 euros les desserts.

L'aventure marocaine demande un recrutement sur mesure. **Jérôme Videau**, chef exécutif, **Maxime Gilbert**, chef du restaurant français, **Fabien Caboy**, chef du restaurant marocain, **Renan Kervarrec**, chef du restaurant Simple Table forment la garde rapprochée. Sur les 500 salariés du Royal Mansour, plus d'une centaine sont en cuisine. Les écoles hôtelières marocaines, d'un bon niveau, ont permis de trouver de jeunes cuisiniers déjà bien formés. Ils doivent maintenant intégrer le niveau d'exigence imprimé par le chef parisien. *"Ils sont très motivés et ressentent une grande fierté à travailler au Royal Mansour. Notre rôle, c'est aussi de former les futurs grands chefs marocains"*, explique Yannick Alléno. Une conviction partagée avec le roi, qui projette dans un avenir proche l'ouverture d'autres Royal Mansour dans les grandes villes impériales du Maroc.



Longue piscine sous verrière reliée au spa.

UN DÉCOR ÉPURÉ ET INTEMPOREL

Accor lance Suite Novotel

Le groupe intègre son réseau Suitehotel à Novotel, sa marque phare, pour créer une nouvelle enseigne destinée aux moyens et longs séjours.

Suitehotel a été conçu et développé en 1998 par le groupe Accor pour répondre à une demande de séjours de moyenne et longue durée. La chaîne offrait un produit complémentaire à l'hôtellerie reposant sur un concept de suites (30 m²) avec restauration et services offerts. L'intégration de Suitehotel à Novotel pour devenir Suite Novotel apporte un coup de fraîcheur à ce produit largement plébiscité par la clientèle d'affaires et de loisirs. Elle lui donne un style plus design, un décor épuré, intemporel avec l'idée d'y ajouter une panoplie de services innovants pour des clients en séjour longue durée.

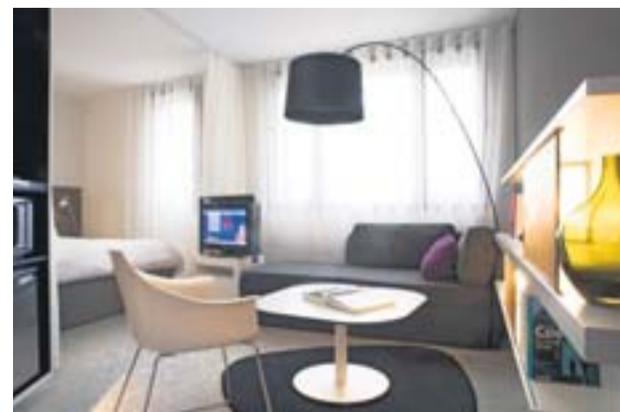
L'aménagement et le décor de la suite d'une part, et l'élargissement de l'offre de services, d'autre part, ont été les axes principaux de la refonte de la marque. Les nouvelles chambres 'New Gen', conçues par l'architecte **Patrick Norguet**, sont modulables et transformables à volonté, en carré, en rectangle ou en allongé, afin de pouvoir s'intégrer dans tout type d'espace. Les services offerts par Suite Novotel seront plus nombreux et plus ciblés :

- l'offre multimédia dans toutes les chambres avec inter-

net et accès aux réseaux téléphoniques illimité (pour les lignes fixes seulement) ;
- une offre de restauration et de bar, un petit-déjeuner équilibré et une boutique gourmande proposant plats cuisinés, desserts et boissons, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 ;
- un web-corner pour lire ses e-mails ;
- un espace fitness, une bibliothèque et un coin presse ;
- enfin, le prêt à titre gracieux d'un véhicule Smart, à partir de 4 nuits d'hôtel, l'un des éléments marketing novateurs proposés par la marque.

Bénéficiaire de la notoriété de Novotel pour se développer

Avec cette dernière offre, Suite Novotel cible un client autonome, libre et averti. S'il s'agit d'un homme (ou d'une femme) d'affaires, comme c'est le cas à 70 % dans les hôtels, il souhaitera retrouver ses collègues le soir, dans la suite ou à l'extérieur de l'hôtel. Quant à la clientèle de loisirs, elle pourra profiter de cette offre pour partir à la découverte de la ville. L'intégration de Suitehotel dans Novotel est d'abord un choix stratégique pour le groupe, car c'est l'assurance d'ob-



La suite New Gen, conçue par l'architecte **Patrick Norguet**.

tenir un développement rapide de la nouvelle marque, qui va bénéficier de la notoriété de l'enseigne Novotel dans le monde en apportant une vraie cohérence entre les deux marques (avec deux produits différents pour un même type de clientèle, affaires et famille). C'est l'occasion aussi de faire des économies d'échelle pour le groupe par l'effet de fusion. Une initiative qui tombe à point nommé, à l'heure où le groupe Accor prévoit de réaliser de grosses économies. Le 1^{er} établissement directement construit sous enseigne Suite Novotel devrait ouvrir le 1^{er} juillet au Luxembourg, rejoignant les 26 autres établissements déjà existants, répartis dans 6 pays. Parmi les ouvertures prochaines, on peut noter deux nouvelles destinations : Malaga en Espagne (fin 2010) et Paris-Issy-les-Moulineaux en France (début 2011).

Évelyne de Bast

OPTIMISME À CONFIRMER

Tourisme : premières tendances estivales par régions

Après une année 2009 morose, le retour des voyageurs allemands dans le Languedoc ou américains en Rhône-Alpes, semble donner la tendance d'une saison 2010 globalement en amélioration. Tour d'horizon au travers de quatre régions françaises.

■ Région Rhône-Alpes : les étrangers encore incertains

Selon un sondage Ipsos, après un printemps médiocre (18 % seulement des professionnels l'ont estimé meilleur que à l'année précédente), 65 % des acteurs du tourisme se déclarent confiants pour la fréquentation de leurs établissements cet été, contre 52 % en 2008 et 60 % en 2009. Pour le mois de juillet, les réservations sont plutôt bonnes pour 53 % des professionnels interrogés. En revanche, les étrangers, qui représentent 20 % des estivants, restent la grande inconnue, puisque seuls 28 % des professionnels estiment avoir un bon état des réservations de leur part, contre 51 % de pessimistes.

Pourtant le directeur général du comité régional du tourisme (CRT) Rhône-Alpes rappelle que la récente chute de l'euro face au dollar a permis une hausse de 25 % (par rapport à la même période l'an dernier) des réservations de touristes américains ces dernières semaines.

■ Région Languedoc-Roussillon : bonnes perspectives

À la suite de l'enquête téléphonique réalisée par le CRT le mois dernier auprès de 2 500 entreprises touristiques, la saison a démarré très lentement. Pour le mois de mai, les résultats sont en baisse dans tous les hébergements, notamment dans les hôtels, d'après 47 % des sondés. On constate également une baisse de l'activité

dans les commerces et les services alors que les secteurs sportif et de loisirs a plutôt été bon en mai. Pour le mois de juin, la fréquentation s'annonçait bonne pour 88 % des hôtels interrogés (contre 83 % l'an dernier).

Globalement, les professionnels du tourisme constatent un démarrage poussif, mais sont optimistes tout en restant attentifs aux réservations de dernière minute. Enfin, signe rassurant, les professionnels du tourisme notent le retour de la clientèle allemande.

■ Champagne-Ardenne : une bonne dose d'optimisme

D'après l'Observatoire du tourisme, 56 % des professionnels estiment que la fréquentation a été très bonne au mois de mai.

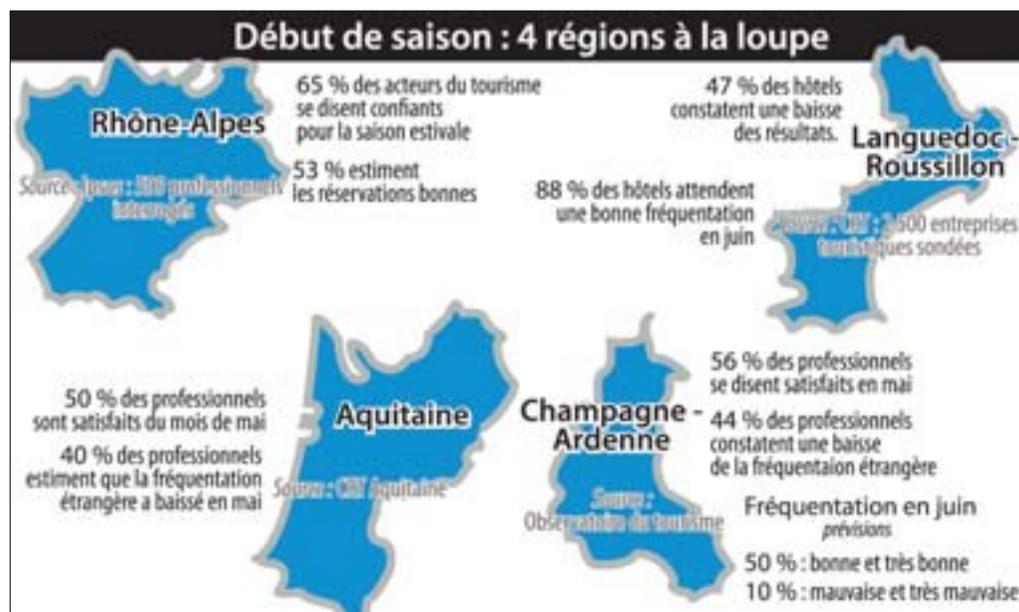
Ils restent également optimistes pour juin estimant à 50 % qu'elle sera bonne, voire très bonne, alors que seulement 10 % estiment qu'elle sera mauvaise ou très mauvaise.

■ Aquitaine : conjoncture mitigée

D'après le CRT Aquitaine, le début de saison est mitigé, avec 50 % des professionnels satisfaits en

mai. Par ailleurs, la fréquentation française a été plus soutenue que la fréquentation étrangère, mais 44 % des professionnels estiment qu'elle a été néanmoins en baisse, ainsi que la clientèle britannique, en nette diminution. Les week-ends de l'Ascension et de la Pentecôte n'ont pas attiré plus de visiteurs que l'an dernier.

É. de B.



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

QUALI CONSO

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

Avec des moyens simples et efficaces :

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

Un bilan personnalisé vous est offert.

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

APRÈS LA CRÉATION D'EDENRED POUR LES SERVICES PRÉPAYÉS

Accor vise le trio de tête des groupes hôteliers mondiaux

Le 29 juin, l'assemblée générale des actionnaires a salué la séparation du groupe Accor en deux entités distinctes. Les p.-d.g. des deux sociétés sont revenus sur les enjeux de cette décision pour le groupe.

Ce n'est pas sans un brin de nostalgie et d'émotion que **Gilles Péliçon**, p.-d.g. d'Accor, et son homologue **Jacques Stern**, tout nouveau p.-d.g. d'Edenred, ont pris tour à tour la parole pour présenter à leurs actionnaires, réunis en assemblée générale, les stratégies envisagées pour les deux sociétés nées de la séparation des métiers au sein du groupe. D'un côté, Accor ne s'occupe plus que d'hôtellerie quand, de l'autre, Edenred reprend la branche services (notamment Ticket Restaurant). "Un moment historique", selon le p.-d.g. d'Accor.

Gilles Péliçon a brièvement rappelé le contexte dans lequel s'est opérée la scission, réalisée "grâce à l'opiniâtreté de tous les membres du conseil". Il aura fallu pas moins de 9 réunions du conseil d'administration, 13 réunions du comité pour le projet de scission, et d'autres encore, pour enfin toucher au but. Tout ceci dans un contexte 2009 difficile, avec des résultats en baisse (- 7,9 % de chiffre d'affaires) et une augmentation de la dette passée à 1,6 milliard d'euros. Les premiers résultats de l'année 2010 sont en revanche plus positifs et rendent compte d'une augmentation de + 2,8 % dans l'hôtellerie. Le p.-d.g. d'Accor a également fait le point sur certaines modifications intervenues dans la gouvernance du groupe, qui a modifié son conseil d'administration avec la perte de deux administrateurs et l'arrivée d'un nouveau membre, ainsi qu'avec le passage au renouvellement d'un tiers de ses membres tous les ans "pour une plus forte réactivité opérationnelle".

Projet Ariane 2015

Gilles Péliçon a souligné la pertinence du projet de scission ayant abouti à la création d'Edenred, ex-Accor Services, dont il a salué la rapidité de développement, avec un volume d'émission qui augmente de 10 % par an en moyenne depuis 2003 : "Nous sommes convaincus qu'il y

a de la place pour deux 'pure players' dans le domaine de l'hôtellerie et des services, avec deux projets différents et symétriques. L'un, Ariane 2015, pour l'hôtellerie et le projet Eden pour Edenred."

Pour Accor, "le modèle économique va être modifié dans les prochaines années, jusqu'en 2015, a déclaré Gilles Péliçon, détaillant le projet Ariane 2015, Nous allons poursuivre notre politique d'asset light, en mettant en place une stratégie différente selon les marques et les pays. Nous n'avons plus vocation à être propriétaires de nos hôtels. De même, nous n'avons peut-être plus vocation à développer des hôtels partout. Notre objectif est donc de vendre 450 hôtels d'ici à 2015, ce qui nous permettra de récupérer 1,6 milliard d'euros avec la vente des murs, et donc, dès 2011, d'afficher notre désendettement. En revanche, ce sont 200 millions d'euros qui seront réinvestis chaque année par le groupe dans le développement de 35 à 40 000 chambres par an, dont 80 % seront en franchise et en contrats de management, et 20 % en chambres nouvelles."

Par ailleurs, le groupe se recentre sur trois axes prioritaires : le développement de la franchise dans les pays européens, des contrats de gestion dans les pays émergents et la réalisation de joint-ventures dans ces mêmes pays. Le p.-d.g. d'Accor estime qu'"au total, ce sont 200 000 chambres qui devraient ouvrir d'ici à 2015", dont 56 % en Europe, avec 28 % d'hôtels en franchise, 23 % en propriété et en location, 19 % en location variable et 30 % en gestion.

L'innovation sera au cœur de la rénovation des hôtels, notamment avec de nouveaux modèles de chambres, comme les Cocoon chez Etap, les New Gen pour Suite Novotel (lire en page 11), les chambres Next pour Novotel, les Phénix pour Motel 6 et les Coquelicot pour ibis. Accor n'oublie pas les salariés du groupe et rappelle qu'un très gros investissement sera fait en faveur de la formation. Pour le président d'Accor, la fusée Ariane est plus qu'un symbole : "Nous y avons mis notre passé et nous y projetons notre avenir", car "si

nous sommes le premier opérateur hôtelier mondial, nous avons l'ambition de devenir le n° 1 européen de la franchise, et l'un des trois leaders mondiaux de l'hôtellerie".

Edenred : objectif 10 % de croissance par an

Jacques Stern, de son côté, a présenté "avec une réelle émotion" le projet d'entreprise du groupe Edenred à ses actionnaires. Revenant sur l'extrême rapidité du développement de la société, il a rappelé qu'en 2010 Ticket Restaurant représente 27 produits répartis dans 40 pays, produits qui concernent principalement des avantages aux salariés, de l'alimentaire, et interviennent sur le secteur 'qualité de vie'.

Pour le lancement d'Edenred, malgré un contexte économique peu favorable, son p.-d.g. fait preuve d'optimisme, et prévoit 5 leviers de croissance pour le groupe, dont l'augmentation de 20 % des émissions dans les pays émergents. Pour Jacques Stern, c'est une croissance de 10 % par an de cash flow qui est envisagée, en jouant sur trois niveaux : l'innovation, la dématérialisation des Tickets Restaurants sur téléphone mobile et le déploiement des produits. Actuellement très implanté dans trois pays (la France, le Brésil et l'Italie), Edenred, qui regroupe 6 000 collaborateurs, devrait augmenter son volume d'émission de 7 % en 2010.

Edenred n'est pas issue d'Accor pour rien. Son nouveau p.-d.g. a évoqué, en conclusion, l'ambition de la nouvelle entreprise, qui va reposer sur cinq points fondamentaux : une croissance soutenue, un modèle économique nouveau, une position de leadership dans certains pays, un équilibre parfait entre pays émergents et pays développés et une nouvelle stratégie. Edenred, qui vient tout juste d'être introduite en bourse, a donc tout d'une grande, avec une nouvelle gouvernance, une nouvelle marque et enfin un tout nouveau projet d'entreprise Eden, pour 'Entreprendre différemment ensemble'. **Évelyne de Bast**



"POUR JOUER LA CARTE DU SAVOIR-FAIRE"

Le Duff et les MOF s'unissent dans l'excellence

Rennes (35) La journée de l'excellence a réuni plusieurs centaines de MOF chez Bridor.

Profitant de la présence de près de 200 Meilleurs ouvriers de France à Rennes pour le 57^e congrès annuel des MOF et la finale nationale du concours Un des Meilleurs apprentis de France -, **Louis Le Duff** a eu la bonne idée d'inviter tous ces défenseurs de la qualité chez Bridor. Travaillant étroitement avec plusieurs MOF, le groupe en a profité pour présenter sa première gamme de pain et viennoiseries bio, baptisée Pure.

Lors du déjeuner, **Gérard Rapp**, président de la société des MOF a rendu hommage "au savoir-faire et à l'excellence de Bridor et du groupe Le Duff qui va nous accompagner afin de soutenir la formation par l'alternance. Nous voulons jouer, avec le groupe Le Duff, la carte du savoir-faire. C'est une ouverture qui donne un sens à ce que nous faisons. Louis Le Duff sait que l'on ne jouera plus jamais sur la banalité, mais sur la qualité. Demain nous aurons besoin de tout le monde pour nous démarquer et le groupe Le Duff a été le premier à le comprendre. Ce sont les premiers qui gagnent", a poursuivi le président avant de conclure sur un clin d'œil à l'actualité, "Nous ne sommes pas à l'image des bleus !



Photo de famille des MOF chez Bridor. Au centre, **Gérard Rapp**, président de la société des MOF, et **Louis Le Duff**, président du groupe Le Duff.

Nous, nous sommes des bleu-blanc-rouge !"

Cette journée de l'excellence a également été l'occasion de promouvoir le livre imaginé en partenariat avec le groupe Le Duff (près d'un milliard d'euros de CA avec près de 900 restaurants et boulangeries dans le monde), *Les meilleurs recettes des Meilleurs ouvriers de France*, édité à 10 000 exemplaires. **Olivier Marie**

PRÉSERVER L'AGRICULTURE LOCALE

Université d'été de Slow Food France : une 'autre bouffe' est possible

La cinquième université d'été de Slow Food France, les 3 et 4 juillet à Millau, sera consacrée à la biodiversité alimentaire avec pour thème : 'Comment manger autrement ?'

En France, nous sommes schizophrènes parce que nous croyons être les chantres de la bonne bouffe alors que nous sommes surtout - et avec brio - des pratiquants de la malbouffe", s'exclame **Jean Lhéritier**, le président de Slow Food France. Si le constat est sans appel, Jean Lhéritier refuse d'être dupe. "Certes, manger sain, manger bio est tendance. Mais si nous avons pu développer de tels arguments avant, nous l'aurions fait", souligne-t-il. Au programme des débats : la consommation en restauration collective, la protection de la biodiversité, la relocalisation de l'agriculture, comment pêcher et cultiver autrement...

"Pas vocation à interdire la consommation de bananes"

"Slow Food France est favorable à la relocalisation de l'agriculture, donc hostile à l'industrialisation. Il faut manger lo-

cal mais nous ne partageons pas les arguments du phénomène locavore - qui préconise de manger uniquement des aliments produits dans un rayon de 200 km. Nous n'avons pas vocation à interdire la consommation de bananes à ceux qui le désirent", précise Jean Lhéritier. "La solution n'est pas de faire venir des produits bio de l'autre bout de la planète. Les critères pour les labels bio ne sont pas les mêmes et importer des produits bio, c'est ouvrir la porte à l'industrialisation, mettre en danger l'économie locale", ajoute-t-il. Slow Food, créé en Italie en 1986 en réaction à l'apparition de la restauration rapide (fast food), possède une antenne en France depuis 2003. **Bernard Degioanni**

SLOW FOOD FRANCE

9 PLACE ALPHONSE JOURDAIN

31000 TOULOUSE

TÉL.: 05 34 30 14 85

WWW.SLOWFOOD.FR



LA BOURSE

B. Loiseau	- 2,50 %	↘
Groupe Flo	+ 2,50 %	↗
Sodexo	- 6,64 %	↘

ÉVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 21-06 ET LE 30-06-10

NOUVEAU LIEN ENTRE LE RESTAURATEUR ET SES CLIENTS

iTaste : le réseau social du goût tisse sa toile

Lancé en juillet 2009, le site internet se définit comme une nouvelle référence "à mi-chemin entre Facebook et le guide Michelin".

Depuis presque un an, le site internet iTaste a pris de l'ampleur. 70 000 restaurants européens sont désormais référencés. Comment ? Ce sont les internautes qui enrichissent le site en donnant leur opinion sur les restaurants qu'ils ont testés. Comment en faire partie ? Soit un client a goûté votre cuisine et s'est rendu ensuite sur le site pour partager son expérience avec les autres internautes, soit vous vous inscrivez gratuitement sur le site, en donnant les informations de présentation de votre établissement. Si votre établissement est déjà 'noté', il vous faut juste vérifier les informations pratiques (ticket moyen, jours d'ouverture...).

Près de 100 000 membres

Les commentaires des clients, comme sur de nombreux sites, apparaissent in extenso. Mais iTaste revendique un avantage : les internautes témoignent sous leur nom, sans pseudo.

Ils seraient alors plus enclins à modérer leurs propos.

En un an, ce sont 100 000 membres ont rejoint ce réseau social où les clients sont prescripteurs. Le membre est valorisé en recevant des points de contribution : entrer une évaluation détaillée d'un restaurant rapporte 50 points, inviter un ami, 100 points... Ces points sont échangeables contre des cadeaux iTaste (t-shirts, tabliers...) ou gourmands (cours de cuisine, dégustation de vins...). Autre valorisation : les 'points de réputation', ceux qui font de l'internaute une référence. L'internaute gagne des points lorsqu'un autre internaute indique qu'il est d'accord avec l'évaluation ou que celle-ci lui a donné envie de tester ce restaurant. Sur le site, il est possible de suivre les évaluations d'une personne dont on estime partager les goûts. Cela apporte encore des



points de réputation. À quoi servent-ils ? À pondérer les notes. "Afin de les rendre plus fiables, les moyennes sont désormais pondérées par la réputation des iTasters. Si Alain, qui a 138 points de réputation, met 19 à la nouvelle table à la mode que Bernard (1 579 points de réputation) a évalué à 12, la note moyenne sera de 13 au lieu de 16 précédemment", peut-on lire sur le site. Depuis peu, les

internautes peuvent intégrer le Club VIP iTaste qui leur permet d'avoir accès à des offres spéciales et sur mesure, montées en partenariat avec des restaurateurs. Les internautes sont ravis, et les professionnels aussi.

iTaste Pro

Après cette phase de décollage, iTaste a lancé début janvier un service pour les professionnels, payant cette fois : iTaste Pro. "Nous propo-

sons au restaurateur de l'aider à mieux identifier sa clientèle et à la développer en lui permettant, par exemple, de mettre en place un emailing ciblé ou d'entrer en contact direct avec ceux qui sont leurs 'ambassadeurs' et de les récompenser. Grâce à ce service qui relève de la gestion de relations clients, nous offrons aux professionnels la possibilité de répondre au client directement, que ce soit suite à un avis positif pour le fidéliser ou négatif pour montrer que vous les écoutez, voire leur faites une offre pour rattraper un malentendu", explique **Émilie Williamson-Thomas**, Community Manager chez iTaste.

Le réseau social du goût est lié au fameux Facebook. Une évaluation déposée sur l'un peut être publiée sur l'autre et toucher les amis de mes amis... Il est fortement conseillé d'aller y voir de plus près. **Nadine Lemoine**

WWW.ITASTE.COM/FR

LA DIFFUSION DES MATCHES RESTE UN FACTEUR POSITIF POUR LA FRÉQUENTATION

La Coupe du monde de football vue par les cafés, hôtels et restaurants

Après une participation tricolore chargée en scandales et en déceptions, CHD Expert, leader de l'information sur le marché de la consommation hors domicile, s'est intéressé aux effets de la compétition pour les professionnels.

Plus des deux tiers des CHR (cafés, hôtels et restaurants) ne diffusent pas les matches de la Coupe du monde au sein de leur établissement. La raison principale de cette très faible retransmission est la mauvaise adéquation de l'établissement avec le football. Les autres raisons données sont le manque de moyens matériels (pas de télévision par exemple) ou le coût trop élevé de la retransmission (droits Sacem à reverser). Le manque de clientèle intéressée par la Cou-

pe du monde est également un critère significatif. La diffusion des matches reste un facteur positif pour la fréquentation de la plupart des établissements de CHR. La Coupe du monde a cependant un effet négatif pour tous les autres établissements, qui souffrent du retour précipité de leur clientèle chez eux durant les heures de matches. Presque 6 restaurateurs sur 7 qui diffusent les grands matches ont confié ne pas observer d'augmentation significative de chiffre d'affaires durant

la période de la compétition. Et lorsqu'il y a augmentation du CA, elle ne dépasse pas 13 % en moyenne par rapport à 2009. Malgré cela, 90 % des établissements concernés par la diffusion pensent que les mauvais résultats de l'équipe de France devraient avoir un impact sur leur chiffre d'affaires futur.

Étude menée sur le panel online CHD Expert-l'hôtellerie restauration sur près de 400 établissements.

UN INVESTISSEMENT DE 450 000 EUROS

Tellement tendance, le Bistro T

Paris (XIV^e) François Bassalert a quitté Thoumieux, créé en 1923, et se relance dans l'aventure bistrotière, avec les mêmes complices.

Bistrot T, ou l'histoire d'une aventure qui se perpétue. T comme Thoumieux, l'une des plus grandes familles de l'univers des brasseries parisiennes. Après la vente du célèbre restaurant Thoumieux en janvier dernier, **François Bassalert** - qui resta quatre ans dans le restaurant familial - décide d'écrire une nouvelle page en ouvrant le Bistro T, situé rue Campagne Première dans le XIV^e arrondissement de Paris. Côté salle, il s'entoure de **Roger Ridez**, maître d'hôtel qui a passé vingt-cinq ans au Thoumieux. L'adresse, à la fois rétro et confortable, peut accueillir jusqu'à 77 couverts, répartis sur deux salles, avec possibilité de privatiser le sous-sol. Un investissement de 450 000 euros au total. Aventure familia-

le jusqu'au bout, **Christian Béguet**, chef du Thoumieux pendant presque trente ans, a décidé, lui aussi, de relever le défi.

Un esprit 'corrèzien'

Pour François Bassalert, "la véritable cuisine bistrotière repose sur quatre aspects essentiels : la simplicité, la rapidité, le soin apporté aux plats servis et le goût." Et de poursuivre : "Je suis originaire de Corrèze, voilà pourquoi on retrouve dans la carte quelques plats aux accents du Sud-Ouest." Notamment l'incontournable cassoulet ou la joue de porc sauce vinaigrette, mais aussi des fromages affinés provenant directement d'Auvergne : salers, saint-nectaire, cabécou... Sur la carte : un plat du



François Bassalert, gérant du Bistro T.

jour qui change au gré des arrivages (abats, poisson ou pièce du boucher) à 15 euros. Les spécialités du chef ? Le risotto végétarien ou le fameux gâteau Thoumieu touchocola. Une cuisine à la fois conviviale et spontanée. Le ticket moyen est de 20 euros le midi et 29 euros le soir. Un endroit où il fait bon bistroter... **Hélène Binet**

BISTROT
17 BIS RUE CAMPAGNE PREMIÈRE
75014 PARIS
TÉL. : 01 43 20 79 27

DIX ANS APRÈS AVOIR OUVERT L'ESSEX HOUSE

Didier Elena signe un retour gagnant à New York

New York (États-Unis) À 38 ans, le chef effectue un come-back remarqué dans la Grosse Pomme, où il a repris la cuisine d'Adour, à l'hôtel St. Regis.

es New-yorkais ne l'ont pas oublié. "Sabrez le champagne : **Didier Elena** est de retour en ville", "Welcome back chef !", peut-on lire dans la presse locale. Didier Elena se réjouit aussi d'être de retour à New York, où il avait officié à l'Essex House d'Alain Ducasse entre 2000 et 2004. Le chef en convient, "les débuts ont été difficiles" à l'Essex House, notamment du fait de l'accueil frais de certains journalistes américains. Mais Didier Elena a persévéré et l'Essex House a remporté le James Beard Award du Meilleur nouveau restaurant en 2001. Après un retour en France marqué par cinq ans aux Crayères (à Reims, 51) et à la Chèvre d'or (à Èze, 06), le chef a repris la cuisine d'Adour, à l'hôtel St. Regis, où il remplace **Joel Dennis**.

Didier Elena entend aujourd'hui mener à bien l'objectif d'Adour, qui propose une cuisine française contemporaine "designed with wine in mind" (conçu avec le vin à l'esprit). Ce passionné de vins pourra compter sur le sommelier **André Compeyre**, un ancien de l'Essex House, pour l'aider à mener à bien cet objectif. "Chaque plat est calculé pour être en parfait accord avec le vin", explique Didier Elena. Il pourra aussi compter sur **Sandro Micheli**, le chef pâtissier, et l'équipe composée de 15 employés en cuisine et autant en salle. **Karim Guedouar**, qui officiait à Aqua à San Francisco auparavant, est le nouveau directeur des opérations.

Avec **Alain Ducasse**, Didier Elena élabore actuellement le nouveau menu saisonnier dont il dévoile quelques grandes lignes : "Crabe royal travaillé sur une note coco/curry, Poisson sur lit d'avocat accompagné de poivron fumé avec cœur de palmier, Crabe à carapace molle travaillé de façon très médi-

terrannée, Flétan rôti et poché, sabayon au champagne, Morue charbonnière (sablefish) servie avec haricots blancs, Porc du Berkshire, glacé d'une sauce 'dolce forte').



Didier Elena dans la cuisine d'Adour.

En chiffres

Ouvert 7 jours sur 7, le soir uniquement
Capacité : environ 90 couverts par soir
Menu : 115 \$ (93 E)
Ticket moyen : 170 \$ (138 E)

Ce natif de Monaco et ancien du Louis XV donnera-t-il des accents méditerranéens à la carte ? "Il est vrai que j'ai plutôt tendance à prendre une bouteille d'huile d'olive qu'un litre de crème", concède-t-il. Qu'est ce qu'il trouve changé depuis son départ pour la France ? "Au niveau de la cuisine et des produits, on voit cette volonté, cette nécessité de retrouver l'origine des produits. Il y a plus de produits de la ferme. La crise est passée par là et les gens ont changé. Des restaurants proposent une cuisine lisible et intéressante. On reste dans une dynamique conceptuelle : à New York, chaque restaurant a sa propre identité." La presse new-yorkaise titre : "Elena a des étoiles dans les yeux". S'est-il fixé comme objectif de regagner la deuxième étoile au guide Michelin qu'Adour a perdue cette année ? Voire de décrocher une troisième étoile ? "Il faut d'abord mettre les choses en place, satisfaire les clients sans parler d'objectif. Aujourd'hui, je suis de retour à New York. C'est un moment fabuleux."

Laure Guilbault

ADOUR, ALAIN DUCASSE AU ST. REGIS HOTEL

2 E. 55TH ST.
10022 NEW YORK
212-710-2277
WWW.ADOUR-STREGIS.COM



Retrouvez sur lhotellerie-restauration.com :

- d'autres conseils et reportages sur les États-Unis : cliquez sur 'Conseils et reportages par pays' ;
- les annonces d'emploi à l'international : cliquez sur 'Candidats à l'international'

APRÈS LE BISTRONOMIQUE FLEURIE

Une Âme sœur pour Olivier Paget

Lyon (69) Avec pour principale ambition de conquérir une clientèle d'habitues à la force de son savoir-faire et de prix attractifs, le chef lyonnais ouvre un 2^e restaurant, dans le voisinage du nouveau palais de justice.



Olivier Paget.

Olivier Paget ne craint pas les défis. Après avoir créé il y a sept ans, le bistronomique Fleurie, dans le quartier de Gerland où ne semble survivent que les grosses structures, il vient d'ouvrir, à la Part Dieu cette fois-ci, L'Âme sœur. Ici, la carte est hebdomadaire : "Ça nous impose un exercice de style", sourit Olivier Paget, ancien de chez **Georges Blanc**, **Pierre Orsi** ou **Pierre Gagnaire**. Bel exercice, à 18 E le premier menu, midi et soir, et à 29 E les menus thématiques. Un bouche à oreille significatif suffit à faire venir une clientèle de gourmets, qui profite aussi bien de l'assiette que des prix. Quant aux vins, le choix est remarquable (80), et est destiné à encore s'enrichir.

Pour le chef, ce qui compte avant tout est de "faire vivre, pérenniser le restaurant dans un style de vie sain et reposé". C'est sans doute la raison pour laquelle les employés disposent de leurs week-ends. Et une distinction au guide Michelin ? "Si ça arrive, tant mieux, dit-il à l'idée d'un Bib gourmand ou d'une étoile, mais la vraie reconnaissance est une salle pleine".

Sonia Delzongle

L'ÂME SOEUR

209 RUE DUGUESCLIN · 69003 LYON
TÉL. : 04 78 42 47 78



Retrouvez la recette du chef Nuage de pâte d'amandes de Provence, fraises gariguettes et croquant de chocolat en tapant le mot-clé **RTR09587** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

AVEC DYNAMISME ET MODERNITÉ

Tables et Saveurs de Bretagne fête son 20^e anniversaire

Saint-Brieuc (22) L'association, fondée par Alyette de la Sablière, et présidée par Philippe Vétélé, compte 40 des plus belles tables de Bretagne.



Les membres de Tables et Saveurs de Bretagne, sur le port du Légué à Saint-Brieuc (22).

Vingt ans et un dynamisme à tout casser dans la cuisine bretonne ! Fondée par **Alyette de la Sablière**, propriétaire du Château de Locguénolé, l'association Tables et Saveurs de Bretagne réunit 40 des plus belles maisons de Bretagne (pour intégrer l'association il faut au moins une étoile au Michelin ou 3 Toques au GaultMillau assorties de 2 étoiles dans le *Bottin gourmand*, une assiette au *Pudlo* ou 2 points dans le *Champéard*). N'étant pas du genre à cultiver leur ego, ces professionnels, présidés par **Philippe Vétélé**, font preuve d'une belle camaraderie et d'une ouverture d'esprit en vivant pleinement dans leur époque. On leur doit par exemple cette idée originale de marier gastronomie et arts dans le concours Arts & Saveurs de Bretagne. On les

voit également participer çà et là à quelques démonstrations devant le grand public.

Nouveaux membres

Pour les 20 ans de l'association, Philippe Vétélé a mis sur les rails un site internet et souhaite "[qu'elle] fasse preuve de dynamisme et de modernité". De nouveaux membres ont intégré l'association comme **Yvon Morvan** de l'Armen à Brest (29) ou encore **Mickaël Tanguy** de l'Agapa à Perros-Guirec (22). Reste une question en suspens : quid de la participation et de l'aide technique du comité régional du tourisme ? Pour l'instant, le flou demeure mais il semblerait bien que l'association doive désormais voler de ses propres ailes. **Olivier Marie**

WWW.TABLESETSAVEURSDEBRETAGNE.COM

UN PROJET PORTÉ PAR PATRICIA LALOUM ET MÉZIANE AZAÏCHE

La renaissance du Pavillon du lac

Paris (XIX^e) Le restaurant situé dans le parc des Buttes-Chaumont a ouvert le 1^{er} juin dernier. Le site a gardé son style Napoléon III.

Après plus de dix ans de fermeture, le Pavillon du lac doit sa nouvelle vie à Patricia Laloum et Méziane Azaïche, des habitués du XIX^e arrondissement, à qui l'on doit notamment la création du Cabaret sauvage dans le parc de La Villette ou le café Zéphyr. La ville de Paris avait confié au couple la tâche de restaurer et d'aménager ce lieu en bar-restaurant. Leur mission consistait à réveiller le Pavillon du lac, bâtiment de style Napoléon III au cœur du parc des Buttes-Chaumont. C'est désormais chose faite.

"Sur douze candidatures, c'est notre projet qui a été accepté. Il reposait sur trois points principaux : l'architecture, l'aspect financier et le projet en lui-même – accueillir tout type de personnes en promenade dans le parc. Nous avons plus porté l'accent sur la restauration et le bar, pour que cela soit un lieu de vie non événementiel", déclare Patricia Laloum. Dix-huit mois de travaux ont été nécessaires, avec quelques mauvaises surprises notamment administratives. "Le plancher ne pouvait pas supporter les 200 couverts que l'on pensait faire chaque jour. On a été contraints aussi de refaire les dessins des rambarades. La tourelle qui s'est effondrée... Ensuite l'architecte des Bâtiments de France s'en est mêlé et nous a demandé de refaire la façade à l'identique de ce qu'elle était en 1867. C'était un projet lourd d'investissements puisque le site n'est pas classé, donc nous ne pouvions pas prétendre à des aides."

Respect du site

Le Pavillon du lac a malgré tout rouvert ses portes le 1^{er} juin dernier, dans le respect de son aspect original. Au rez-de-chaussée, une grande salle à verrières coulissantes avec espace bar et restaurant. La cuisine



Patricia Laloum, gérante du Pavillon du lac, restaurant situé au cœur du parc des Buttes-Chaumont.



Le Pavillon du lac, avec sa façade Napoléon III.

atténante est visible de la salle. Le premier étage offre un panorama en surplomb du lac, avec aménagement sobre, en harmonie avec le calme du parc. Plus une terrasse extérieure couplée à une deuxième salle, qui pourra être louée pour des séminaires de travail, ateliers de dégustations, fêtes de famille... "Nous avons quelques idées en cours : nous souhaitons mettre en place pour cet hiver des ateliers afin d'accroître le lien entre les producteurs et les consommateurs. Les idées sont encore à mûrir, nous venons tout juste d'ouvrir et voulons prendre le temps d'y réfléchir", précise Patricia Laloum. Au total, le Pavillon du lac dispose d'une capacité d'accueil de 250 places assises. "C'est un quartier où les gens apprécient leur

revivre ce lieu", se réjouit la gérante. La pleine saison s'annonce prometteuse.

Hélène Binet

Ouverture : du mardi au samedi de 9 heures à 1 heure et le dimanche de 9 heures à 22 heures.

Menus : le midi, de 16 à 25 E - le soir, de 30 à 45 E.

LE PAVILLON DU LAC

PARC DES BUTTES-CHAUMONT
ENTRÉE PLACE ARMAND CARREL
75019 PARIS

TÉL. : 01 42 00 07 21

WWW.LEPAVILLONDULAC.FR
LEPAVILLONDULAC@ORANGE.FR

AUTHENTIQUEMENT PROVENÇAL

Transmission de talent à l'Auberge des Tilleuls

Grambois (84) Pour les Bucaille, qui ont ouvert il y a un an et demi leur restaurant en terres vaclusiennes, travailler en famille est une force.

Si Dominique Bucaille reconnaît volontiers que son passage d'une année sur la Côte d'Azur a constitué une bonne expérience, il avoue sa préférence pour le côté authentique de la Provence. "Ce que j'ai voulu en ouvrant ce lieu, c'est proposer un produit convivial, accessible et gourmand." Le chef apprécie de rester près de ses clients. Ses menus changent régulièrement, alors que les prix n'ont, eux, pas bougé depuis l'ouverture : 35 et 55 E, et le désormais célèbre 'Autour de la pomme de terre' à 45 E. Si la base reste immuable, selon la saison, ce sont les truffes, les cèpes ou le foie gras, qui accompagnent la mona lisa. Une aventure culinaire que Dominique Bucaille partage depuis

le début avec son épouse Lydia, qui s'occupe notamment des chambres d'hôte et, plus récemment, avec sa fille Julia, en pâtisserie. S'il y a toujours un dessert à base de chocolat sur la carte de la jeune femme, les fruits y occupent aussi une place de choix. Étoilé il y a quelques années, Dominique Bucaille ne se met pas la

pression. "Effectivement, ce n'est pas une obsession. Le plus important, c'est le client, sa satisfaction." Et quoi de mieux qu'un chef serin ?

Hélène Dorey

L'AUBERGE DES TILLEULS

MOULIN DU PAS · 84240 GRAMBOIS
TÉL. : 04 90 77 93 11
WWW.TILLEULS.COM



Dominique et Julia Bucaille, ou l'art de travailler en famille.

UN REFUGE DE MONTAGNE TRANSFORMÉ EN RESTAURANT

Là Haut, loin de tout

La Sambuy (74) C'est un concept original que Marc Azzolini, un pro de l'événement, a monté au sommet des pistes de la petite station familiale.

à Haut, un nom tout trouvé pour ce refuge de pistes. L'adresse fonctionne grâce au bouche à oreille. Accessible par télésiège été comme hiver, le restaurant a été entièrement rénové et repensé par son propriétaire, ce qui en fait un produit bien à part, loin de l'image traditionnelle du refuge. Passé la porte, la salle ressemble davantage à un intérieur de particuliers qu'à un restaurant, tant elle est accueillante avec ses grands canapés, ses tables hautes et ses deux cheminées. Très vite, Marc Azzolini explique les particularités de son établissement : "Ici, il n'y a pas l'eau courante. Il faut donc réduire les consommations et responsabiliser les clients." Les toilettes sont sèches, l'eau de pluie récupérée.

Retour à la nature

La table est mise avec des assiettes en palmes et des cuillères en bois de bouleau qui feront du compost et le délice des animaux de la ferme. Les producteurs du coin sont mis à profit. Une carte courte avec soupes et mets traditionnels allèche les touristes. Le chef a voulu



La table de Là Haut.

l'enrichir de plats qui font la part belle aux spécialités des autres régions et surprennent les clients. Ainsi, Le Sud connaît un franc succès : boîte de sardine aux pommes de terre, motte de beurre, et pain grillé. Les fromages de chèvre viennent de la ferme en contrebass, de même que les légumes. "Les clients apprécient ce retour à la nature, beaucoup voudraient acheter les assiettes recyclables et me réclament l'adresse de mes fournisseurs." Après le repas, on peut emporter son assiette et la faire grignoter par une bête. Les enfants adorent, le bonheur est bien Là Haut.

Fleur Tari

LÀ HAUT

LA SAMBUY · 74210 FAVERGES
TÉL. : 04 50 44 68 59
WWW.LAHAUT.NET

OPPOSANT DES JEUNES DE 8 À 12 ANS AIDÉS D'UN PARENT

Graine de p'tit chef 2010 plébiscité

Calais (62) Léo Butez et sa grand-mère Irène, lauréats du concours organisé par le club Toques d'Opale, se sont distingués parmi les quatre finalistes.

Pendant le concours Graine de p'tit chef, les jeunes participants n'ont pas manqué d'audace dans le choix des recettes, souvent soufflées aux mères et aux grand-mères. En tandem avec un membre de leur famille, les candidats de 8 à 12 ans se sont mesurés à l'exigence de l'exercice, à savoir la réalisation de quatre assiettes en une heure et demie, sous l'œil vigilant du jury. La pression du concours n'a pas perturbé ces cuistots en herbe, si ce n'est une légère "perte de repères à travailler dans une cuisine de professionnels", selon Thierry Coffre, le père d'Hélène, l'une des jeunes participantes.



Léo Butez et sa grand-mère Irène, duo gagnant de Graine de p'tit chef 2010.

Le plat vainqueur à la carte

Pour cette neuvième édition du concours Graine de p'tit chef, le club Toques d'Opale avait choisi le poisson fumé de la maison Émile Fournier comme pièce centrale des recettes. Léo Butez et sa grand-mère Irène ont conquis le jury avec leur plat de Chou farci au haddock, beurre blanc et moules de Oye-Plage, qui a donc été inscrit pendant une semaine à la carte des restaurants membres du club Toques d'Opale. Le succès de Graine de p'tit chef impulse une nouvelle dynamique au club, avec le nouveau président Fernand Leroy, patron d'Aquar'aile à Calais. La dixième édition du concours se déroulera au mois de novembre, suivie d'une épreuve pour adultes amateurs.

Laurène Leuridant

LIBÉRÉ DE L'IMAGE DE LA MALBOUFFE

Le bel avenir des formules de snacking

Les professionnels de la restauration rapide se sont retrouvés le 24 juin dernier pour partager leur expertise sur ce marché, en constante évolution.

C'est avec le soutien du Leader's Club, du Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide, de l'association Géco et du salon Sandwich & Snack Show que le magazine *France Snacking* a organisé le 24 juin dernier au Cap 15, quai de Grenelle à Paris, sa première édition du Congrès du snacking, en partenariat avec Makoa Industrie et Tese Urssaf (titre emploi service entreprise). Cette journée, consacrée aux professionnels de la restauration rapide et nomade, fut ponctuée de rencontres et de conférences, notamment sur la thématique 'Industriels, restaurateurs, distributeurs : comment saisir les nouvelles opportunités du snacking'. **Paul Fédèle**, rédacteur en chef de *France Snacking*, et plusieurs intervenants ont partagé leur vision et leur expertise avec les professionnels du secteur. Snacking ? Un terme qui ne désigne plus seulement le grignotage, avec une connotation malbouffe, mais dorénavant une manière de se nourrir, construite autour des notions de gestion du temps, d'efficacité, de prix mais aussi d'équilibre.

Le snacking en chiffres

Différents points ont été abordés : Comment convertir les attentes du consommateur nomade en levier de croissance ? Comment mieux exploiter l'ensemble des canaux de distribution et la GMS ? Quelles solutions pour construire une offre différenciée et innovante tout en maîtrisant ses coûts ? Quelle logique de partenariat entre l'amont et l'aval pour gagner en rentabilité ?

Selon Gira Foodservice pour le Congrès du snacking/*France Snacking*, l'environnement dicte les comportements alimentaires : les consommateurs n'accordent plus de temps aux repas : en 2009, 31 % d'entre eux passent le moins de temps possible pour déjeuner, contre 15 % en 1999. Il font davantage attention à la gestion de leur argent, et choisissent moins fréquemment un repas complet (3 plats) : 20 % prennent un plat, 24 % un plat et un dessert, 20 % optent pour une formule, contre seulement 5 % qui choisissent entrée-plat-dessert. L'argent, un souci ? En 2009, 45 % des clients regardent systématiquement les prix dans un restaurant, contre 29 % en 1999, et 54 % consacrent moins de 8 € à leur déjeuner. Par conséquent, le ticket moyen d'un repas en restauration commerciale a largement chuté en trente ans : on passe de 17 à 10,50 €. Le snacking devient un marché de masse : en vingt ans, on constate une augmentation de 8,5 % par an en restauration rapide, contre + 3,4 % par an en restauration traditionnelle.

Les gares, ou comment inscrire le snacking au cœur de son concept de proximité

"Les gares sont un lieu de commerce. Nous n'avons pas seulement une démarche de commercialisation, mais une réflexion sur la pertinence de l'offre et [de décryptage] des attentes du voyageur", confie **Sébastien Vanhoove**, directeur général adjoint de A2C (SNCF). Leurs attentes en gare sont la restauration et la presse. Le groupe a réalisé 310 millions



31 % des consommateurs passent le moins de temps possible pour déjeuner.

d'euros de CA en 2009, dont 60 % en snacking. "Chaque consommateur n'a pas le réflexe de consommer quand il rentre dans une gare, il faut l'habituer ! S'adapter en fonction de ses attentes avec les produits snacking. Question praticité, vendre un yaourt avec une cuillère en pensant à ceux qui se déplacent." Un projet en cours : Le comptoir du quotidien, espace moderne qui rassemblera dans un même lieu la presse, le snacking, la petite épicerie et d'autres services du quotidien. "80 gares sont éligibles", ajoute Sébastien Vanhoove. Autre objectif dans l'avenir : un chariot qui proposera des produits snacking jusqu'aux wagons. Toujours par souci de répondre au mieux à la demande du consommateur. Le marché du snacking poursuit à grande vitesse son expansion. Le rendez-vous est d'ores et déjà pris pour une 2^e édition du Congrès.

Hélène Binet

UNE ADRESSE "SANS CHICHIS"

Trempe gustative chez Dip's

Paris (VI^e) L'originalité du concept peut surprendre : à chaque plat, son dip's (sauce) servi en verrines, dans lequel on trempe légumes, frites maison, ou tout autre aliment à portée de doigt.

Tout est parti lors d'un dîner entre amis, un soir d'été, on faisait un barbecue, difficile de manger sa viande grillée avec une sauce sans saveur... Je pense que la sauce fait manger le plat", raconte **Irène Noyalet**, créatrice du concept Dip's. Savoureuse interprétation de la finger food, le restaurant Dip's - de l'anglais to dip, tremper - invite à la trempe gustative le temps d'une halte gourmande au cœur du quartier Latin. Nichée à deux pas du jardin du Luxembourg, cette adresse, ouverte depuis un an, possède une capacité d'accueil de 50 couverts sur deux étages, salle intimiste au rez-de-chaussée et coin cosy pour séminaires à l'étage. Un investissement de 350 000 euros pour cette création d'entreprise.

Tout est pensé pour que le client se sente "comme chez lui, à l'aise et sans trop de chichis", affirme Irène Noyalet. Des clubs en cuir et tanguas comme mobilier, dans une atmosphère aux tons épurés (beige, marron clair). Le choix des plats se fait grâce à une ardoise centrale, posée sur le mur, "les gens sont obligés de regarder dans la même direction. C'est un moyen de faciliter la communication et d'échanger". Pour égayer l'établissement, Dip's accueille les œuvres de jeunes artistes, pendant une durée de deux ou trois mois. Le deal : Irène prête ses murs, l'artiste lui offre une de ses œuvres.

Irène mûrit des idées de recettes, teste et donne les ordres en cuisine, "Je crée des fiches techniques, c'est plus facile pour mes employés de reproduire



Irène Noyalet, créatrice du concept Dip's.

une sauce à l'identique." Elle préfère cependant garder un œil en salle, où elle peut conseiller facilement les clients sur les accords mets et sauce. Parmi les plus plébiscités : Gambas à la tempura et son dip's de crème citronnée, Poêlée de poulet au soja et son dip's de banane épicée. Des couleurs et textures surprenantes, allant même jusqu'à rappeler des parfums d'enfance : Mini-madeleines citronnées et dip's caramel au beurre salé.

"C'est avant tout ludique"

Une cuisine équilibrée à partir de produits frais, renouvelée au fil des saisons... "C'est avant tout ludique, je voulais créer une atmosphère chaleureuse pour la clientèle - aussi bien étudiante que d'affaires". Le ticket moyen est de 15 euros le midi et 25 euros le soir. Dupliquer ce concept ? Pas dans l'immédiat, Irène



La salle du premier étage (30 places assises).

se donne deux ans pour faire fonctionner son établissement. "Je préfère me consacrer à une seule chose à la fois. Pour le reste, on verra par la suite".

H. B.

Formule midi

Entrée, plat ou plat dessert, 13 €

Formule soir

Cocktail maison, entrée, plat, dessert, 23 €
ou cocktail maison, plat, dessert: 19 €

DIP'S

62 RUE MONSIEUR LE PRINCE

75006 PARIS

TÉL. : 01 43 29 05 04

WWW.DIPS-RESTAURANT.COM

UNE DÉCORATION ORIGINALE ET DES ÉQUIPEMENTS HAUT DE GAMME

Le Dormeur du val, un hôtel boutique comme un poème

Charleville-Mézières (08) La cité ardennaise, archétype de la ville industrielle, a vu en septembre 2009 l'arrivée d'un nouveau 4 étoiles de 17 chambres, qui détonne dans cet environnement austère.

Plutôt boutique hôtel qu'hôtel de luxe, le Dormeur du Val - hommage à **Arthur Rimbaud**, le célèbre poète, dont Charleville-Mézières est la terre natale - est un hôtel design 4 étoiles qui ne ressemble à aucun autre. On le verrait plutôt en Allemagne ou en Hollande avec ses 17 chambres qui ont l'air de guingois, ses têtes de lit qui penchent et ses lavabos en mille-feuille... L'hôtel, qui représente un investissement d'1,7 M€, a été conçu par son propriétaire de 38 ans, **Carlos Pujol**, publicitaire de profession qui s'est reconverti dans l'hôtellerie. Une partie de l'investissement (20 % du montant des travaux) a été prise en charge par des subventions publiques (conseils régional et général, communauté d'agglomération). Équipées de lits queen size ou doubles, les chambres s'appellent Poème, Strophe ou Rime. Les fauteuils dans les couloirs et les chambres, ainsi que les portes coulissantes en chêne qui masquent les salles de bains, ont été chinées, tandis que tel paravent en béton ciré est pris dans la construction. Les murs sont pour moitié peints, pour moitié recouverts de bandes de papier peint. Afin de passer d'une aile du bâtiment à l'autre, il faut traverser un couloir en parquet de verre donnant sur un atrium garni de bambous, sorte de puits de lumière dans l'hôtel. Enfin, le hall de l'hôtel, qui fait office de bar, est rempli d'objets hété-



Sarah Julie, la directrice, avoue beaucoup compter sur la clientèle belge, à une demi-heure seulement de la cité ardennaise.

roclites, comme Jojo, le sanglier empaillé qui a l'air de foncer dans ce même bar.

Séduire la clientèle des pays limitrophes

L'établissement a intégré la chaîne volontaire Best Western. Avec son concept, il devrait attirer une forte clientèle étrangère, notamment allemande ou belge. "La Belgique n'est qu'à une demi-heure. Nous

comptons beaucoup sur cette clientèle, surtout le week-end", confie **Sarah Julie**, la directrice. En attendant, ce sont d'abord les hommes d'affaires qui fréquentent l'établissement : "ils représentent 80 % de ma clientèle", précise le propriétaire, pour des chambres dont les prix varient entre 118 et 141 €. Ils en apprécient aussi le confort : sauna, massages à la demande et salle de gym. Sans oublier la salle de séminaires pour 40 personnes debout et 20 assises, avec tables amovibles, écran LCD, accès wifi libre et gratuit.

Seul hôtel 4 étoiles de la ville, le Dormeur du Val est le premier établissement en France à avoir obtenu la classification 4 étoiles nouvelles normes grâce à ses 246 points de contrôle, "ce dont nous sommes très fiers" s'enthousiasme Carlos Pujol. La classification, elle, est totalement assumée : "Nous préférons vendre en dessous du seuil 4 étoiles, déclare la jeune directrice, car être 4 étoiles demeure plus significatif pour les étrangers et pour la clientèle business." **Évelyne de Bast**

En chiffres

- Prix moyen : 110 € HT
- Investissement : 1,7 M€ soit 100 000 € la chambre
- Effectifs : 8 salariés
- Taux d'occupation : 35 %

LE GROUPE COMPTE DÉSORMAIS 4 ADRESSES

L'hôtel de Sers passe dans le giron du groupe Bessé Signature

Paris (VIII^e) Ce 'petit palace' de 52 chambres situé à deux pas des Champs-Élysées, a été vendu le 4 juin par la famille Bertrand-Vidalenc.

Propriété d'un groupe familial français - Bertrand-Vidalenc -, l'Hôtel de Sers rentre dans le giron d'un autre groupe familial - Bessé Signature - : "Cet achat s'inscrit dans une suite logique de [notre] présence à Paris : Saint-Germain, Opéra et maintenant les Champs-Élysées, notre Triangle d'or est ainsi formé", affirme **Anne Jousse**, directrice du groupe Bessé Signature. Les deux parties étaient conseillées par la société Imhotel, expert immobilier et hôtelier à Paris. Comptant 52 chambres, et détenteur de la 5^e étoile depuis le second semestre 2009, l'Hôtel de Sers avait fait l'objet d'importantes rénovations en 2004-2005. Le montant de la transaction n'a pas été précisé. Il pourrait avoisiner le million d'euros par chambre (murs et fonds), selon un expert de l'immobilier parisien. Cette vente permet au groupe Bertrand-Vidalenc de se recentrer sur ses deux autres établissements (l'hôtel de Seine, Paris VI^e et le West End, Paris VIII^e).

Ambitions européennes

Le groupe Bessé Signature est désormais propriétaire de 4 adresses : Le Bel



Ami (Paris, VI^e), l'Edouard 7 (Paris, II^e) le Domaine de la Bretesche (Missillac, 44) et l'hôtel de Sers qui possède une situation unique, avec vue sur la Tour Eiffel depuis la terrasse de ses deux suites panoramiques. Il comporte un appartement de 80 m² et 4 juniors suites de 40 m². Le taux d'occupation annuel s'élève à 75 % en 2009, avec une fréquentation qui s'équilibre entre clientèle d'affaires et de loisirs, avec une forte proportion d'Américains, toujours très attirés par le quartier de l'Étoile.

Le groupe Bessé Signature affiche désormais de nouvelles ambitions, européennes cette fois, mais toujours avec la même exigence : trouver les meilleurs emplacements au cœur des plus grandes capitales. **É. de B.**

UN 3 ÉTOILES DE 24 CHAMBRES DONT 4 SUITES

L'Hôtel de France renaît de ses cendres

Montargis (45) L'ancien établissement a été rasé et reconstruit dans le cadre d'une opération immobilière.



Pour **Valérie Charles**, la gérante de l'établissement, "il y avait un besoin pour un établissement de qualité accueillant à la fois des touristes de passage et des hommes d'affaires".

Il aura fallu près de quatre ans à l'Hôtel de France, situé en plein cœur de Montargis (45), pour renaître de ses cendres. C'est chose faite depuis la mi-juin avec un établissement trois étoiles de 24 chambres, dont 4 suites. L'ancien hôtel et son bar Le d'Artagnan avaient été rachetés par le promoteur local Promoré qui souhaitait développer l'offre hôtelière sur Montargis, tout en renforçant son second établissement situé près de la gare, l'Hôtel Dorèle et ses 51 chambres. "Il y avait un besoin pour un établissement de qualité accueillant à la fois des touristes de passage et des hommes d'affaires", explique la gérante **Valérie Charles**.

Bar lounge

Mais le véritable départ interviendra le 7 juillet, quand Montargis accueillera une étape du Tour de France qui a réquisitionné l'hôtel. Mais Valérie Charles veut aussi faire de son établissement un "point d'ancrage dans la ville". Un bar lounge avec entrée indépendante et ouverture jusqu'à 23 heures en semaine (une heure du matin le samedi) est également en service. Ce bar pourrait ultérieurement se transformer en bar à tapas. De même, le bâtiment devrait accueillir dans les prochaines semaines une résidence hôtelière de 36 appartements deux étoiles qui sera aussi gérée par Dorèle. Ce petit groupe pourrait encore grandir à moyen terme, avec un autre projet en gestation à Malesherbes à la limite du département et de la Seine-et-Marne. **Jean-Jacques Talpin**



LA BOURSE

Accor
- 9,78 % ↘

SBM
- 1,94 % ↘

Hôtels de Paris
- 9,07 % ↘

Club Med
- 8,77 % ↘

Groupe Partouche
- 3,64 % ↘

ÉVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 21 ET LE 30-06-2010

III APPARTEMENTS HAUT DE GAMME

BNP Paribas Real Estate inaugure sa première résidence hôtelière

Grenoble (38) Après trois mois d'ouverture, la résidence Hipark Grenoble affiche déjà 55 % de taux de remplissage. Mais le 11 juin dernier, le taux d'occupation de son lobby frisait la saturation pour cause d'inauguration officielle

Institutionnels et prescripteurs grands comptes ont répondu présent, le 11 juin dernier, à l'invitation de **René Metz**, président de BNP Paribas immobilier résidentiel, et de son directeur général, **Marc Fischer**, pour assister à l'inauguration du Hipark Grenoble. Le moment était attendu car cette résidence haut de gamme de 111 appartements ouverte depuis le 1^{er} avril est le premier établissement du genre pour le groupe. "Nous avons étudié plusieurs villes. Grenoble réunissait tous les critères, en termes de développement économique, de localisation - à proximité du quartier d'affaires et de la gare - et d'offres de service possibles. Et je suis extrêmement satisfait de nos premiers résultats", indiquait René Metz dans son discours inaugural.

La carte de la proximité

Nice, Marseille et Serris-Val d'Europe (77) constituent les trois prochaines ouvertures annoncées. "Mais nous souhaitons ouvrir un à deux [établissements] par an pour atteindre 10 à 15 résidences Hipark d'ici à 2015/2020. Nous



De g. à d. : **Marc Fischer** et **René Metz**, respectivement directeur général et président de BNP Paribas immobilier résidentiel, avec **Philippe de Longevialle**, adjoint à l'urbanisme de Grenoble.

visons les grandes villes 'corporate'", glisse Marc Fischer. En Rhône-Alpes, BNP Paribas envisage évidemment Lyon, et sans doute une troisième ville, proche de Genève, comme Ferney-Voltaire (01). "Mais aucun développement hors France n'est pour l'heure à l'ordre du jour", précise Marc Fischer, ravi de pouvoir faire découvrir le prototype de ce que BNP Paribas va construire dans tout l'Hexagone. Autre fierté du groupe : sa forte intégration. Hipark joue

en effet la carte de la proximité, avec une trentaine de collaborateurs en période de pointe, pour la plupart originaires de Grenoble, et une directrice, **Jennyfer Marand**, également native de la région, sans oublier une trentaine de partenariats locaux pour les services (digne d'un 4 étoiles !)... **Philippe de Longevialle** apprécie. L'adjoint à l'urbanisme de Grenoble indiqua d'ailleurs toute la satisfaction de l'équipe municipale lors de cette inauguration : "Il s'agit de trouver un équilibre entre hôtellerie traditionnelle et résidence hôtelière, mais il est aussi de la responsabilité d'une ville de favoriser également ce type d'établissement de haute qualité."

Nathalie Ruffier

HIPARK RÉSIDENCES

6 RUE AUGUSTE GENIN
38000 GRENOBLE
TÉL. : 04 76 39 20 00

WWW.HIPARK-RESIDENCES.COM

APRÈS UN RELOOKING L'HIVER DERNIER

L'Hôtel de la Plage s'adapte aux nouvelles normes

Damgan (56) L'établissement s'est mis au diapason des nouvelles normes de sécurité incendie et d'accessibilité aux personnes handicapées. Ses propriétaires en ont profité pour faire les aménagements qui leur permettront d'obtenir la troisième étoile.

Armelle Bréhonnet et **René Pérez**, propriétaires de l'Hôtel de la Plage à Damgan depuis douze ans, refusent de se reposer sur la vue sur l'océan pour remplir leur établissement deux étoiles. Cet hiver, ils ont donc fermé de septembre à avril pour réaliser près de 420 000 E de travaux. Ils se sont adaptés aux nouvelles normes de sécurité incendie en cloisonnant la cage d'escalier avec des portes coupe-feu, et ont installé de nouveaux détecteurs et alarmes. Ils ont aussi amélioré l'accessibilité des personnes

handicapées avec deux places de parking réservées, et une chambre au rez-de-chaussée adaptée pour les fauteuils roulants.

Obtenir la troisième étoile

Les propriétaires ont profité de ces travaux nécessaires pour rénover les 17 chambres et parties communes. Ils ont laissé les mains libres à leur architecte, **Patrice Billant**, et à leur maître d'œuvre, **Henri Inizan**, qui ont créé un style moderne et naturel avec des murs verts, marron, beiges et blancs.

Ils ont aussi construit une extension sur

poteaux qui a permis d'agrandir l'accueil et un espace relaxation avec sauna au sous-sol, lui aussi accessible aux personnes handicapées. Ces aménagements leur permettront certainement d'obtenir la troisième étoile. "On surfait déjà entre la deuxième et la troisième étoile", précise Armelle Bréhonnet. "Nous remplissons en ce moment le dossier pour l'avoir après l'été." Les chambres varient entre 75 E hors saison et 155 E en pleine saison. Le bar Le Solent propose des petits-déjeuners, un plat du jour le midi, et des encas le soir. Deux esthéticiennes fe-



René Pérez et **Armelle Bréhonnet**, avec **Henri Inizan**, maître d'œuvre, devant l'Hôtel de la Plage.

ront des soins du visage et du corps dans l'espace relaxation.

Julie Durand

HÔTEL DE LA PLAGE

38 BOULEVARD DE L'OcéAN • 56750 DAMGAN
TÉL. : 02 97 41 10 07

WWW.HOTEL-MORBIHAN.COM

UN INVESTISSEMENT DE 350 000 E

Le Sophotel fleurit et devient Les Coquelicots

Saint-Pardoux-L'Ortigier (19) L'hôtel-restaurant d'Alain et Laurence Bergaud change de nom mais aussi d'apparence. Avec une ambition affichée : confirmer sa réputation de logis pas comme les autres.

"Nous avons choisi d'investir afin de nous développer." **Alain Bergaud**, patron du Sophotel, situé à quelques kilomètres au nord de Brive, sur la commune de Saint-Pardoux-L'Ortigier, espère bien récolter les fruits de ses efforts. Tenant depuis 1994 avec son épouse **Laurence** cet établissement de 23 chambres classé 3 étoiles, et agrémenté d'un restaurant de 80 couverts, il vient d'investir 350 000 E dans d'importants travaux de rénovation. Confort, modernité, lits 'king size', écrans plats, couettes, décors ont été les leviers de cette opération, qui n'est pas encore terminée.

"Monter en puissance"

"Nous préparons la refonte de la partie restauration, insiste-t-il, avec un accueil déjà rénové, un décor similaire à celui de nos chambres, sur des tons rouges et argent. Le but est non seulement d'apporter à notre cuisine un écrin pouvant la sublimer, mais aussi d'évoluer vers un futur classement hôtelier 4 étoiles. Nous allons ouvrir un espace séminaire pou-



Une des 30 chambres rénovées - dans les tons rouges et argent - du Coquelicot, ex-Sophotel.

vant recevoir une centaine de participants..."

Rebaptisé pour l'occasion Les Coquelicots, l'ancien Sophotel est devenu au fil des ans une adresse gourmande bien connue des Corrèziens amateurs de très bonne cuisine. Celle-ci doit tout à Laurence, jeune femme passionnée, familière de stages fréquents chez les plus grands, de Bocuse à Lenôtre. Son travail des matières premières, de grande qualité et issues du ter-

roir, son approche inventive et audacieuse des desserts, ses choix d'accompagnements toujours surprenants, aboutissent à une carte raffinée et innovante. Amoureux des vins, Alain Bergaud présente par ailleurs une cave de haut niveau. "Nous avons vu arriver l'autoroute A20 comme une catastrophe, se souvient-il, notre clientèle d'alors étant surtout de passage. Mais nous n'avons cessé depuis de monter en puissance. La transformation de notre outil devrait amplifier ce phénomène." Les Coquelicots affiche un taux d'occupation moyen annuel de 75 %, emploie 9 personnes, a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 575 000 E et sert 40 repas par jour pour un ticket moyen de 40 E. Si le restaurant est fermé le midi, ses soirées étapes sont de celles dont parlent tous les voyageurs.

Jean-Pierre Gourvest

HÔTEL LES COQUELICOTS

SAINT-PARDOUX-L'ORTIGIER
19270 DONZENAC
TÉL. 05 55 84 51 02

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

Comment un salarié malade est-il indemnisé ?

J'ai un an d'ancienneté dans l'entreprise. Sur le Blog des Experts, j'ai lu que l'employeur doit verser à partir du 8^e jour d'absence des indemnités compensatrices de perte de salaire pour compléter les indemnités journalières que le salarié reçoit de la Sécurité sociale. Le tableau sur votre site indique 2 montants différents, 66 % et 90 % du salaire brut à partir d'un an d'ancienneté. Est-ce que mon employeur doit me verser les indemnités compensatrices et, si oui, pour quel pourcentage du salaire brut ? **N. H.**

Effectivement, tout salarié justifiant d'une ancienneté d'un an dans l'entreprise et qui est en arrêt maladie pendant un certain temps bénéficie en plus des indemnités compensatrices de Sécurité sociale d'un complément de salaire versé par l'employeur. Je vous rappelle que les indemnités journalières ne sont dues qu'à partir du 4^e jour de l'incapacité de travail, c'est-à-dire après un délai de carence de 3 jours. Quant au délai de carence à respecter par l'employeur avant d'avoir à verser le complément de salaire à son salarié absent pour maladie, il n'est plus que de 7 jours.

Pour connaître le montant de la garantie de rémunération due par l'employeur, il faut se référer à l'article 29 de la convention collective des CHR du 30 avril 1997. Il y est précisé que cette garantie de rémunération varie selon l'ancienneté du salarié et sa durée d'absence. Pendant la première

période de 30 jours, le salarié perçoit 90 % de sa rémunération brute, puis les 30 jours suivants, il perçoit les 2/3 (66,66 %) de cette rémunération. L'article ajoute que ces deux temps d'indemnisation sont augmentés chacun de 10 jours par période entière de 5 ans d'ancienneté en sus, sans que chacun d'eux puisse dépasser 90 jours. Le tableau dans lequel vous aviez du mal à vous retrouver illustre en fait clairement cet article. Avec une ancienneté de 1 à 5 ans, vous bénéficiez d'un complément de salaire de l'employeur à partir du 7^e jour, à hauteur de 90 % du salaire brut pendant une première période de 30 jours, puis à 66,66 % pendant une seconde période de 30 jours. Pour un salarié ayant une ancienneté de 11 à 15 ans, le complément de rémunération de l'employeur se fait selon les mêmes modalités, mais les périodes de prise en charge sont plus longues, car elles sont de 50 jours (contre 30 avec 1 an d'ancienneté).

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

Les droits de licence des débits de boissons sont supprimés depuis 2003

Pouvez-vous me dire si le renouvellement annuel de la licence IV pour un hôtel bureau s'accompagne d'une taxe ? **D. T.**

Non. Le droit de licence a été supprimé dans toutes ces dispositions depuis le 1^{er} janvier 2003 par l'article 27 de la loi de finances pour 2003 paru au Journal officiel du 30 décembre 2002. Auparavant, un droit de licence sur les débits de boissons était dû chaque année par les établissements suivants : débits de boissons à consommer sur place détenant une licence de troisième ou quatrième catégorie, les établissements titulaires d'une licence restaurant ou d'une licence à emporter. Cependant, ce droit, d'une tarification complexe, dépendait notamment de la taille de la ville d'accueil de l'établissement et de la nature de la licence. Le ministère des Finances a décidé de supprimer ces droits de licence en raison "d'une imposition dont le coût de gestion est disproportionné par rapport à son rendement, qui était de 23 millions d'euros. La gestion de ces droits nécessite beaucoup de temps pour parfois récupérer 4 €. Ce qui ne pouvait continuer". Attention, cependant : ce qui est supprimé, c'est la taxe à payer chaque année pour exploiter votre licence, et non la licence elle-même, qui est toujours indispensable pour pouvoir vendre des boissons.



➔ Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet **Droit et réglementation en CHR** sur www.lhotellerie-restauration.fr

L'employeur ne prend pas en charge le congé maternité

L'employeur doit-il maintenir le salaire de son employée pour toute la période du congé maternité ? D'avance merci. **Louison**



La loi ne prévoit pas l'obligation pour l'employeur de maintenir tout ou partie du salaire de l'employée pendant les congés de maternité, de paternité et d'adoption. En revanche, cette obligation peut être prévue par la convention collective ou accord collectif,

voire un usage. Mais ce n'est pas le cas dans le secteur des CHR. En effet, l'article 28 de la convention collective des CHR relatif à la maternité se contente de préciser que le congé maternité est régi par la législation en vigueur.

Le congé maternité va ouvrir droit pour l'employée à des indemnités journalières de Sécurité sociale. Pour en bénéficier, la salariée doit justifier, à la date présumée de l'accouchement, de 10 mois d'immatriculation ainsi que des conditions d'activité minimales qui sont les mêmes que celles de l'assurance maladie : avoir cotisé au moins 1 015 fois le smic horaire au cours des six mois précédents ou avoir travaillé au moins 200 heures dans les 3 mois civils ou 90 jours précédents. Donc l'employeur n'a pas d'obligation de maintenir, ni de compléter la rémunération de sa salariée pendant la durée de son congé maternité. Celle-ci percevra uniquement les indemnités journalières de Sécurité sociale.

Je vous rappelle que le congé maternité comprend un congé prénatal (avant la naissance) et un congé postnatal (après la naissance). La durée légale de ces congés varie en fonction du nombre d'enfants vivant au foyer, et est aussi augmentée en cas de naissances multiples. Pour la naissance d'un enfant, une salariée a droit à 6 semaines avant l'accouchement et 10 semaines après celui-ci.

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

Créez et traduisez vos cartes & menus
en quelques minutes avec



Menu DESIGNER
Logiciel de création de cartes & menus

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

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

250€ HT
soit 299€ TTC

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


Logiciel pour Windows XP & Windows VISTA

MdB multimédia
Parc technologique d'Argile
118 avenue de la Quiera
06370 Mouans-Sartoux

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

MdB multimédia
Les allées François Truffaut
17 rue Denise Grey
38550 Saint Maurice l'Exil

TOUR D'HORIZON DES INDICATEURS

L'hôtellerie européenne sort la tête de l'eau

La reprise du secteur se fait sentir depuis le début de l'année 2010. À la veille des vacances estivales, il convient de faire le point sur les principaux éléments de conjoncture donnés par les analystes du secteur.

D'après la base de données MKG Consulting, le parc hôtelier européen n'a cessé de croître en 2008 et 2009, avec 138 000 chambres supplémentaires. Cette augmentation de l'offre se traduit, selon MKG, surtout par une augmentation des chambres en catégorie économique, principalement ouvertes par les chaînes intégrées. Cette situation a pour conséquence d'élever le taux de pénétration des chaînes en Europe, lequel passe à 26 % tous marchés confondus (contre 70 % aux Etats-Unis). De son côté, le cabinet Jones Lang Lassalle constate l'amélioration de la conjoncture économique, qui dope le marché et redonne confiance aux investisseurs "avec une hausse sur plus de 90 % des marchés répertoriés". La vente d'actifs très emblématiques induit "une compression des taux de rendement de près de 40 points de base et une augmentation du prix de ces actifs." Et l'analyste de conclure que "le ratio vendeurs-acheteurs s'établit aujourd'hui à 1 contre 2 dans la zone EMEA [Europe, Moyen-Orient et Afrique, NDLR]".

Des résultats en hausse en début d'année

Le début d'année de l'hôtellerie contraste totalement avec l'année précédente, les trois principaux indicateurs du secteur en Europe étant tous dans le vert entre janvier et avril, d'après la base de données internationale STR. Cependant, en mai et juin, la progression constante des prix observée depuis le début de l'année s'est infléchi. Ainsi, selon le Trivago Hotel Price Index, les prix moyens des nuitées affichés en juin 2010 par rapport au mois précédent présentent des baisses souvent spectaculaires. Londres et Barcelone enregistrent les plus fortes baisses de prix avec respectivement - 12 % et - 23 %. Les villes du nord de l'Europe s'en tirent plutôt bien comme Amsterdam (+ 7 %) ou Stockholm (+ 8 %). De son côté, Paris se maintient à 164 E en juin (contre 160 E en mai).

Reprise du luxe

La chaîne Leading Hotels of the World enregistre une hausse du prix moyen par nuitée de 53 \$ soit + 14 % par rapport à l'an dernier, ce qui confirme une tendance à la reprise dans le secteur du luxe. La hausse est aussi significative en nombre de nuitées, ce qui se traduit par une augmentation du chiffre d'affaires de la centrale de réservations de la chaîne avec + 27 % (à 140,9 M\$) au regard de la même période pour l'année 2009.

Le marché allemand, un marché type

Malgré une baisse des taux de TVA, qui n'ont eu qu'une incidence partielle sur les prix, les hôteliers allemands enregistrent un début d'année 2010 très

dynamique, souligne une étude réalisée par BNP Paribas Real Estate, selon qui le marché allemand est assez significatif de la situation européenne. Le RevPAR s'établit à 46,80 E, en hausse de près de 9 % par rapport à la même période pour 2010. Cette hausse des prix s'est faite conjointement avec l'augmentation des arrivées de touristes internationaux (+ 3 %) au cours des deux premiers mois de 2010. Certaines villes allemandes enregistrent une belle croissance des RevPAR comme Berlin (+14,4 %), Hanovre (+16,1 %) et Munich (+11,5 %). En outre, les prévisions sont assez optimistes pour 2010, en raison de la relance de l'économie allemande qui devrait avoir une certaine incidence sur le tourisme d'affaires.

Évelyne de Bast

Évolution du prix des hôtels européens entre mars et juin 2010

Ville	mars 2010	avril 2010	mai 2010	juin 2010
Paris	132 €	156 €	160 €	164 €
Rome	114 €	166 €	174 €	155 €
Londres	139 €	156 €	170 €	154 €
Berlin	95 €	95 €	103 €	119 €
Barcelone	109 €	144 €	181 €	140 €
Prague	68 €	105 €	105 €	97 €
Florence	95 €	144 €	138 €	138 €
Madrid	97 €	113 €	117 €	121 €
Milan	153 €	119 €	115 €	111 €
Venise	137 €	209 €	197 €	198 €
Vienne	116 €	126 €	133 €	131 €
Munich	100 €	101 €	109 €	101 €
Istanbul	89 €	132 €	136 €	121 €
Amsterdam	117 €	151 €	153 €	168 €
Lisbonne	87 €	110 €	109 €	99 €
Dublin	114 €	96 €	106 €	101 €
Athènes	93 €	105 €	112 €	104 €
Genève	195 €	174 €	198 €	209 €
Cracovie	64 €	78 €	85 €	94 €
Stockholm	147 €	136 €	151 €	167 €

Source : Trivago Hotel Price Index

STEPHANIE GOÛTE

D'APRÈS UNE ENQUÊTE EXCLUSIVE DE L'AGENCE BIO

Bio : tous les chiffres sont au vert

16 % de surfaces supplémentaires conduites en bio, un marché en hausse de 19 %, une progression de 4 points de la part des établissements de restauration collective proposant des produits bio : le segment n'a jamais été aussi en forme.

À l'occasion du 11^e printemps bio, qui se tient la première quinzaine de juin (voir encadré), l'Agence Bio a annoncé les derniers chiffres du bio en France. Les résultats 2009 sont en hausse et les premières estimations 2010 confirment la tendance. Côté production, 3 769 nouvelles exploitations se sont engagées dans le bio en 2009 (+ 16 % par rapport à 2008, soit au total 16 446 exploitations pour 677 513 ha). Côté consommation, le marché de l'agriculture biologique est estimé à 3 milliards d'euros pour 2009. Il enregistre une hausse de 19 % par rapport à 2008 et a quasiment doublé en quatre ans (il représentait 1,6 milliard d'euros en 2005). En restauration collective, la proportion des établissements proposant des produits bio, ne serait-ce que ponctuellement, est passée de 36 % en 2009 à 40 % en 2010, soit 29 000 établissements environ, surtout dans le milieu scolaire. D'ici à deux ans, ce taux pourrait atteindre 77 %, puisque 37 % des restaurants collectifs disent avoir l'intention d'introduire des produits bio d'ici à 2012, de manière certaine ou probable. La valeur des achats d'ingrédients bio (hors pain) effectués par les restaurants collectifs représente ainsi 92 millions d'euros en 2009. Elle a plus que doublé en un an (44 millions en 2008).



Le nouveau logo bio européen.

Le nouveau logo européen obligatoire dès juillet

Parmi les établissements offrant des produits bio, 49 % en proposent au moins une fois par mois et 13 % tous les jours. De manière générale, la préférence va à l'introduction régulière de produits ou ingrédients bio (principalement des produits frais) plus que de plats ou menus entièrement bio. Autre changement, concernant l'étiquetage, à partir du 1^{er} juillet 2010, le nouveau logo bio, en forme de feuille, de l'Union européenne - dont la mention est aujourd'hui facultative -, deviendra obligatoire pour les produits alimentaires préemballés. Il restera facultatif pour les produits importés. Sa présence garantit le respect du règlement de l'agriculture biologique de l'Union européenne. Dans tous les cas où il est utilisé, le lieu de production des matières premières agricoles composant le produit devra être indiqué sur l'emballage. Julie Gerbet

Le Bio progresse sur tous les plans

Infographie : Stéphanie Goutte
Source : Agence Bio

- Production**
2009 : 3 769 nouvelles exploitations se sont engagées en bio + 16 % par rapport à 2008
16 446 exploitations au total, pour 677 513 hectares
- Consommation**
2009 : 3 milliards d'euros c'est l'estimation du marché bio + 19 % par rapport à 2008
1,6 milliards d'euros en 2005
- Restauration collective**
2009 : 36 % c'est la part des établissements proposant des produits biologiques, 40 % en 2010, soit 29 000 établissements
77 % en 2012 (projection)

Parmi les établissements proposant du bio, 49 % en propose au moins une fois par mois et 13 % tous les jours.

PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT VITICOLE, SON HABITAT ET SA FAUNE SAUVAGE

Les vins d'Alsace, beaux et bio

Colmar (68) Les producteurs alsaciens entrent dans l'ère du développement durable. Une politique en faveur de l'environnement qui ne retire rien à la qualité finale.

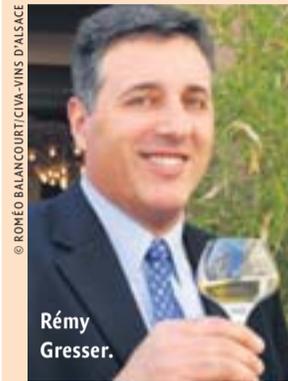
A l'abri de la chaîne des Vosges, le vignoble alsacien revendique plusieurs spécificités : une diversité des sols sans équivalent en France, un climat propice à une maturation lente et prolongée des raisins, des noms de vins généralement issus des cépages, une bouteille réglementaire, typique et élancée, appelée couramment la flûte d'Alsace (sauf pour les crémants), une mise en bouteille dans la région de production obligatoire et trois AOC : alsace, alsace grand cru et crémant d'alsace. Sept cépages constituent l'essentiel de la production : sylvaner, riesling, gewurztraminer, pinot blanc, pinot gris, pinot noir, muscat d'Alsace et le moins connu de tous, le klevener de Heiligenstein, très apprécié en restauration. "À l'exception du pinot noir qui est vinifié en rouge ou rosé, les cépages alsaciens sont tous vinifiés en blanc. Une vinification avant tout traditionnelle, qui bénéficie des progrès les plus récents de la technique œnologique", rappellent aussi les responsables du Comité interprofessionnel des vins d'Alsace (Civa). Les AOC alsace et alsace grand cru peuvent être accompagnées des mentions vendanges tardives et sélection de grains nobles. La première concerne des raisins récoltés en surma-

turité, bien après les vendanges officielles. La seconde porte sur une vendange par tries successives des grains arrivant au stade de 'pourriture noble', le botrytis cinerea.

Déjà 13 % de bio

Un tour d'horizon auquel s'ajoute désormais une volonté bio. : "Aujourd'hui, pas moins de 13 % de l'ensemble des metteurs en marché alsaciens produisent des vins issus de raisins de l'agriculture biologique, soit 84 entreprises auxquelles s'ajoutent 108 producteurs lancés dans la conversion vers l'agriculture biologique, sachant que trois années sont nécessaires à cette conversion." Le Civa parle également d'une mutation plus large et profonde du vignoble en faveur du développement durable : viticulture raisonnée, biodynamique ou encore intégrée, avec l'association Tyflo. Celle-ci travaille notamment à la préservation de l'environnement viticole, de son habitat et de sa faune sauvage. "La volonté de tous est d'offrir une production plus respectueuse, visant le maintien des équilibres et la complémentarité des règnes végétal et animal au sein de l'écosystème", termine le Civa. La qualité, de la terre aux vins. **Sy. S.**

Rémy Gresser, nouveau président du Civa



Rémy Gresser.

Le Conseil interprofessionnel des vins d'Alsace, qui vient de tenir son assemblée générale de printemps, a élu son nouveau président, **Rémy Gresser**, au titre de la production. Il succède à **Jean-Nicolas**

Schaeffer qui représentait le négoce.

Âgé de 52 ans, Rémy Gresser accède pour la 2^e fois à la présidence du Civa, après un premier mandat en mai 2004. Ce vigneron indépendant est installé à Andlau et il est connu de longue date pour sa forte implication dans les instances viticoles alsaciennes.

EN BREF

■ Œnotourisme : l'art de vivre provençal signé Château de Berne

Lorgues (83) Hôtel Relais & Châteaux 4 étoiles, restaurant, école de cuisine, spa, vins... Au Château de Berne, propriété de **Mark Dixon** située en Provence, entre Lorgues et Flayosc (600 hectares dont 100 de vignes), l'œnotourisme prend un essor considérable. Le caveau, ouvert 7 jours sur 7, accueille ainsi 30 000 visiteurs chaque année. Visite des chais, dégustation commentée, séjours et journées à thème : néophytes ou amateurs partent à la découverte des mystères viticoles et savourent l'accueil privilégié. Le château abrite même son Wine Club et une boutique, l'Échoppe, où sont proposés des produits d'épicerie fine et des spécialités régionales (huile d'olive AOC, truffes noires, miel...). À noter que le domaine viticole pratique depuis une quinzaine d'années une culture minimisant les engrais chimiques et se prépare pour l'obtention d'une certification agriculture raisonnée.



Une riche offre œnotouristique au Château de Berne.

CHÂTEAU DE BERNE
ROUTE DE SALERNES
83510 LORGUES
TÉL. : 04 94 60 43 60
WWW.CHATEAUBERNE.COM

T. P.

■ Graves blancs 2008 : gourmandise et choix !

Le restaurant parisien Vin Chai Moi a reçu les représentants de l'appellation graves blancs, venus présenter leur millésime 2008. Seuls flacons à porter le nom de leur sol, les graves de Bordeaux, dans leur version blanche, offrent une large palette d'arômes et sensations, dans un millésime 2008 certes difficile mais source de plaisir. Les sensations au nez et en bouche restent disparates, principalement selon l'assemblage choisi.

Une valeur sûre de l'AOC graves : le château Pont de Brion (**Pascal Molinari**), vainqueur du Trophée des graves blancs 2010. Bouche gourmande, fruitée et longue (11 E départ cave).



Avec des vins tantôt sur la fraîcheur, la fleur, un nez exubérant porté par une dominante du sauvignon (fruits exotiques et agrumes très prononcés) ; tantôt sur un certain gras, un velouté bien construit que l'on retrouve dans les assemblage frisant le 50/50 sauvignon-sémillon.

À souligner : les plats servis au Vin Chai Moi (Dorade royale en tartare, pamplemousse, coriandre, citron, wasabi, échalotes, pomme de terre et concombre ; Saint-pierre rôti aux petits légumes printaniers croquants, huile vanillée et Ananas dans tous ses états) mettent bien en valeur ces cuvées gourmandes.

T. P.

WWW.VINS-GRAVES.COM

WWW.VIN-CHAI-MOI.FR

■ Master de Donatien : le muscadet de nouveau sur les grandes tables



Le Master se présente dans une jolie bouteille sérigraphiée de style Belle Époque, se différenciant ainsi fortement des bouteilles traditionnelles de muscadet.

Afin de redonner un coup de pouce à l'appellation muscadet, en difficulté depuis quelques années et qui pourtant reste riche de belles cuvées, Ackerman, spécialiste des fines bulles et première maison de vins de Loire, vient de relancer le Master de Donatien. Ce muscadet sèvre et maine sur lie, authentique et de haute typicité, solidement enraciné dans la culture vigneronne régionale, était le référent de l'appellation en restauration depuis 1984. Après une sélection très rigoureuse d'un jury constitué de vignerons, un autre jury d'acheteurs, journalistes, œnologues et dégustateurs a dégusté la sélection finale, le 15 juin à Nantes, au restaurant La Cigale. De l'avis du jury ainsi résumé, la bouteille gagnante possède "la fraîcheur pour l'apéritif, la matière pour la gastronomie, et les épices pour des harmonies originales". Ce Master 2009, sur le marché dès septembre 2010 et réservé au secteur de la restauration, sera disponible dans les magasins Metro.

T. P.

ACKERMAN

13 RUE LÉOPOLD PALUSTRE
SAINT-HILAIRE - SAINT-FLORENT · 49412 SAUMUR
TÉL.: 02 41 53 03 10
WWW.ACKERMAN.FR

Ackerman renforce sa position

- Depuis 1811, la maison Ackerman, pionnière dans l'élaboration de fines bulles de Loire, est toujours leader sur ce marché.
- **Décembre 2009** : Ackerman reprend la maison Donatien Bahaud, l'un des principaux négociants-éleveurs du val de Loire, fondée en 1929.

IL TORRÉFIE LUI-MÊME SON CAFÉ

Le Ristretto, pour les frappés de café

Grenoble (38) Jocelyn Glorieux a créé un bar dédié au petit noir où il prône avant tout qualité du produit et conseil.

On ne peut pas comparer, assure **Jocelyn Glorieux**, ce n'est pas du tout la même chose que ces chaînes de bars à café que l'on voit fleurir partout dans les grandes villes. Je revendique un produit, une origine, un conseil." Cet ex-professeur de tennis a transformé en bar à café un magasin de chaussures d'une rue piétonne du centre-ville de Grenoble. "J'avais la passion du café depuis un moment et je voulais préparer ma reconversion, j'ai donc commencé à torréfier mon café moi-même, puis à le vendre sur les marchés, avant de le proposer dans un établissement", explique-t-il. Il a réalisé son rêve en mars dernier en ouvrant Le Ristretto, jeu de mot entre le nom du café serré que l'on sert de l'autre côté des Alpes et l'exiguïté de son local.

Il y propose néanmoins une trentaine de cafés différents (qu'il torréfie toujours lui-même dans son garage, de manière artisanale, c'est-à-dire 20 minutes à 200 °C, pour ne pas brûler les fèves). Ceux-ci sont à déguster sur place ou à emporter, de 1 E pour la tasse du café de l'étudiant, à 4 E pour le Blue Montain de Jamaïque, à boire - selon les goûts - court, serré, long, ralongé ou double. La carte met en avant toute une série de boissons à base de café, des classiques cappuccino, latte macchiato, café viennois... jusqu'aux boissons glacées (à base de glaces artisanales La Turbine à saveurs), des créations maison comme le Cappucinutella, qui remporte un franc succès, mais aussi des thés (sélection Olivier Langlois), des jus de fruits Alain Milliat ou du chocolat chaud préparé avec le chocolat De Belledonne...

Un concept à dupliquer

Avec sa quinzaine de places assises, plus une petite terrasse, Le Ristretto plaît. Les petits trucs en plus de Jocelyn ? Offrir le café sur un lancer de dés, mais aussi prodiguer des conseils aux clients. C'est dans cette logique qu'il



Jocelyn Glorieux, un ex-prof de tennis reconverti dans le café.

organise une première soirée 'découverte du café' le 23 juillet. Plus tard, il pense peut-être aussi faire la même chose pour les restaurateurs... "C'est souvent la seule chose industrielle que l'on trouve dans les grands restaurants", se désolent-il. Pour l'heure, et avant de s'attaquer à ce marché où "il y a un énorme travail à faire" et où la concurrence est rude, il se donne un an pour voir si son bar fonctionne. "Et si ça marche, pourquoi pas à dupliquer le concept, plutôt à l'étranger?"

Julie Gerbet

LE RISTRETTO

23 RUE DE LA POSTE

38000 GRENOBLE

TÉL. : 06 86 88 38 95

WWW.RISTRETTO-CAFE.COM

AVEC UN CONCEPT D'APÉROS VINTAGE'

Les vins de Bordeaux à la conquête des branchés

Ambiance rock et grands crus : le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux veut séduire les trentenaires dans des bars parisiens tendance.

Lancé l'an dernier par le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB), le concept s'adresse aux bars branchés de la capitale, accueillant les 'trentenaires trend setter'. Le principe : proposer des vins de Bordeaux à l'afterwork et dans les trois couleurs. Au service ? Les viticulteurs eux-mêmes, le temps d'un début de soirée. L'événement est accompagné d'affiches, de flyers, d'un groupe Facebook, de verres, de cartes de vins ou encore d'un néon spécial. "400 personnes sont venues découvrir ou redécouvrir la richesse des vins bordelais dans l'ambiance rock du Victoria Cross (I^{er}), autour d'un concert live le 1^{er} juin. Plus de 1 200 verres de vins de Bordeaux ont été servis à cette occasion", relèvent les responsables de l'opération. "Je trouve cette démarche excellente et suis ravie d'y participer. C'est le concept idéal pour promouvoir le nouveau visage des vins de Bordeaux auprès d'une clientèle jeune et branchée", témoigne une viticultrice présente ce soir-là.

Au service ? Les viticulteurs eux-mêmes.



L'ACTIVITÉ HORS LUXEMBOURG REPRÉSENTE 16 % DES VOLUMES

Bofferding s'implante en France

La célèbre bière luxembourgeoise investit le marché lorrain pour assurer son développement à l'international.

Depuis le début de l'année, nous avons enrichi notre réseau de 20 nouvelles adresses de brasseries et restaurants", indique **Jean-Louis Sallerin**, chargé du développement de la brasserie Bofferding en France (Lorraine et Champagne-Ardenne). "Depuis janvier, nous enregistrons une croissance de 43 % des ventes. Nous avons réussi à doubler les volumes, principalement en Lorraine et sur une petite partie de la Belgique. Pour l'heure, l'activité hors Luxembourg représente 16 % des volumes. L'ambition est d'atteindre 50 % dans les trois ans à venir", ajoute **Frédéric de Radiguès**, directeur général de Bofferding. Cela passe par un renforcement de la force commerciale - le brasseur a embauché 8 nouveaux commerciaux en 2009 -, mais aussi par une plus grande notoriété.

Partenaire du FC Metz

"Nous sommes dans un business qui repose sur la qualité des relations humaines. Et c'est peut-être dans ce domaine que nous faisons la différence avec nos concurrents", explique Frédéric de Radiguès. Pour optimiser sa visibilité, le



brasseur luxembourgeois a signé un partenariat de cinq ans avec le FC Metz qui a fini la saison à la 4^e place de la Ligue 2. Bofferding a financé le réaménagement de l'espace loges et s'affiche désormais en grand au-dessus du bar où se pressent les VIP les soirs de match. "Ce club est aussi celui des Luxembourgeois, car nous partageons une même mentalité et des affinités", a précisé **Carlo Molinari**, le vice-président du FC Metz, lors de l'inauguration des installations. Concernant le montant de l'investissement, le brasseur, peut-être un peu déçu de cette 4^e place qui a privé le club d'une montée en Ligue 1, le qualifie de "raisonnable".

Jean Fabian

EN BREF

50 brasseries ouvrent leurs portes durant l'été

Cette année, quelque 50 brasseries ouvrent leurs portes au grand public durant l'été. "Un joli moment en perspective, confie l'Association des brasseurs de France, à l'origine de l'initiative. Pour s'enrichir et se cultiver pendant les vacances, pour tout connaître des matières premières de ce produit naturel fait d'eau, d'orge et de houblon, de son processus de fabrication, sans omettre de s'initier à la diversité aromatique de toutes les couleurs de la bière. Blonde, brune, blanche, ambrée ou rousse, à la châtaigne en Corse, au blé noir en Bretagne, à la chicorée dans le Nord, aux marrons en Ardèche... la bière, boisson plurielle, n'aura plus aucun secret pour le visiteur." Une rencontre qui lève le voile sur une boisson agricole et naturelle, partie intégrante de notre patrimoine. Liste complète des brasseries sur le site de l'association.

www.brassiers-de-france.com

LA PAGE DU CHEF À LIRE



DE CHEF À CHEF

Le boquinete en une croûte de noisettes, cœur d'artichaut baby barigoule et patate douce, émulsion au lait d'amande

PAR SYLVAIN DESBOIS, RESTAURANT SIGNATURE, THE ST REGIS PUNTA MITA RESORT, PUNTA DE MITA, NAYARIT (MEXIQUE)

Ingrédients

pour 4 personnes

- 4 filets de boquinete (capitaine) sans peau de 0,160 kg chacun
- 0,10 l d'huile d'olive

Cœur d'artichaut :

- 12 artichauts violets
- 1 échalote ciselée
- un peu de persil haché
- 0,20 l de fond blanc (voir le tour de main)
- 0,10 l de vin blanc
- sel, poivre

Croûte de noisettes :

- 0,100 kg de beurre
- 2 jaunes d'œufs
- 0,100 kg de mie de pain
- 0,100 kg de poudre de noisettes
- 0,100 kg de poudre d'amandes
- sel, poivre, noix de muscade



Purée de patates douces :

- 0,050 kg de beurre
- 0,800 kg de patates douces
- sel, poivre

Émulsion d'amandes :

- 0,25 l de lait
- 0,050 kg de beurre
- 0,200 kg d'amandes mondées

Progression

Cuire les artichauts

- Tourner les artichauts en conservant un peu de tige.
- Les saisir dans une cocotte avec un peu d'huile, ajouter l'échalote, le persil et déglacer au vin blanc.
- Mouiller avec le fond blanc, saler, poivrer et laisser cuire jusqu'à tendreté.

Préparer la croûte de noisettes

- Mélanger tous les éléments puis l'abaisser entre 2 feuilles de papier sulfurisé à 2 mm d'épaisseur.
- Réserver au congélateur.

Confectionner la purée de patates douces

- Éplucher les patates, les tronçonner et les cuire à l'eau salée.
- Les écraser, saler, poivrer, incorporer un peu de beurre et réserver au chaud.

Émulsionner le lait d'amandes

- Chauffer le lait et les amandes à 75 °C pendant une douzaine de minutes.
- Mixer l'ensemble, saler, poivrer et terminer avec une noix de beurre.

Cuire les boquinetes

- Poêler les filets de poisson assaisonnés 2 minutes de chaque côté, les disposer sur assiette.
- Recouvrir les filets d'un rectangle de croûte de noisettes et faire gratiner sous la salamandre.

Dresser

- Disposer harmonieusement sur assiette carrée comme sur la photo.
- Servir aussitôt.

Un poisson croustillant et savoureux.

Vin conseillé : un chardonnay d'Argentine Mendoza 2007.

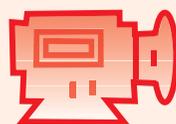


Retrouvez Marcel Mattiussi, auteur du Blog des Experts 'Recettes de chef à chef' : sur www.lhotellerie-restauration.fr cliquez sur 'Blogs des experts'

ENVOYEZ-NOUS LES RECETTES DONT VOUS ÊTES FIER

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

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



"POISSONS ET CRUSTACÉS"

Collection chic et gourmande
Éditions Elle à table
Prix : 12,90 €

lhotellerie-restauration.fr

SOLUTIONS CUISINE

PLUSIEURS MOIS DE RECHERCHE

Yves-Marie Le Bourdonnec fait mariner une côte de bœuf... dans du whisky

Asnières-sur-Seine (92) Le 'boucher bohème' revient avec sa nouvelle création : de savoureuses côtes de train de bœuf trempées pendant cinquante jours dans des linges imbibés de whisky japonais Nikka.



Yves-Marie Le Bourdonnec confie qu'après une conversation avec la fromagère Marie Quatrehomme, qui lui parle "d'un fromage qu'elle faisait macérer au whisky, [il a] eu envie de faire la même chose avec la viande".

Après avoir mis au point une côte de bœuf maturée pendant soixante jours à base de bœuf wagyu - issu de la race qui donne le bœuf de Kobé, et dont les bêtes sont élevées aux céréales et au vin rouge -, le boucher Yves-Marie Le Bourdonnec revient avec une nouvelle création : une côte de bœuf maturée cinquante jours au whisky japonais Nikka. Cette drôle d'idée lui est venue lors d'une conversation avec la fromagère Marie Quatrehomme. "Elle me parlait d'un fromage qu'elle faisait macérer au whisky ; j'ai eu envie de faire la même chose avec la viande", confie-t-il. Après plusieurs mois d'essais, il a fini par mettre au point ce produit inédit, issu des deux premières côtes de train du bœuf - les plus fines et les plus grasses, pour que les arômes du whisky imprègnent bien la viande.

Goût boisé

Les côtes sont macérées dans des linges imbibés de whisky, et changés chaque semaine. Cette pièce se cuisine, selon les conseils du 'boucher bohème' (son surnom), dans une cocotte en fonte avec une noisette de beurre plutôt qu'au barbecue ou au four, afin de mieux faire ressortir toutes les saveurs de la macération. Au final, le whisky apporte un goût boisé, presque giboyeux, à l'exceptionnelle longueur en bouche.

Installé dans son étroite boutique d'Asnières-sur-Seine (92), l'artisan iconoclaste prévient qu'il ne fournit pas directement les restaurateurs : "je n'ai pas la place pour le faire !" En revanche, il n'hésite pas à dispenser ses conseils aux grandes toques qui le lui demandent, comme Alain Ducasse, William Ledeuil ou Yannick Alléno, pour lequel il a mis au point un burger élu 'meilleur hamburger au monde' par le *New York Times* ! Sans délaisser son atelier, où il planche déjà sur une future création... Julie Gerbet

LE COUTEAU D'ARGENT

4 RUE MAURICE BOKANOWSKI
92600 ASNIÈRES-SUR-SEINE
TÉL. : 01 47 93 86 37

YVES-MARIE.LE-BOURDONNEC@WANADOO.FR

Le sirop a la cote

Selon les chiffres publiés par le Syndicat des sirops, ces derniers représentent 21 % de la consommation de boissons rafraîchissantes sans alcool (BRSA). Entre 2008 et 2009, le nombre de nouveaux consommateurs a augmenté de 200 %. "Grâce à une bonne capacité à anticiper les tendances et une forte politique créatrice, le marché des sirops a connu une progression de près de 10 % en volume l'année dernière. Avec une offre sans cesse renouvelée, l'arrivée de nouveaux parfums et un effort pour proposer des conditionnements renouvelables, le marché est redynamisé", commentent avec satisfaction les responsables du secteur en rappelant les atouts de la boisson. Naturelle, parfois bio, parfois exotiques ou au goût de confiserie, peu sucrée, voire avec 'zéro' sucre, elle répond "aux exigences des consommateurs actuels : le plaisir, la simplicité, l'innovation, la diversité, le développement durable..." Contrairement aux idées reçues, le sirop se classe parmi les boissons les moins caloriques et les moins sucrées (hors boissons lights) de la catégorie sodas. Cet été, le sirop sera en vedette à l'occasion de Paris plage. Utilisés avec 'l'eau de Paris', des instants sirops seront proposés en dégustation aux promeneurs.

Sylvie Soubes

Le basilic en sirop chez Monin



Les fabricants de sirop multiplient avec bonheur les innovations et s'adaptent aux besoins du bar.

Parmi les nouveautés, le sirop de Basilic Monin. "De plus en plus de barmen utilisent cette plante dans leurs cocktails pour apporter fraîcheur, subtilité et originalité", soulignent les

responsables de la société, qui, avec ce sirop, est parvenue à restituer toutes les saveurs de l'aromate. Son utilisation permet de réaliser thés, mojitos et autres cocktails...

Idée recette : le Sparkling Basil :

10 ml de sirop de Basilic Monin, 10 ml de sirop de Melon Monin, 200 ml de limonade. Verser les sirops dans un verre tumbler rempli de glaçons. Ajouter la limonade. Servir.

Ouverture et fermeture des portes sans les mains avec HygiAlim

HygiAlim a sélectionné un nouveau produit innovant pour son ergonomie et sa conformité HACCP. Ce système permet de renforcer les bonnes pratiques d'hygiène des mains dans l'établissement et apporte un réel confort pour les utilisateurs dans leur travail au quotidien. Il facilite le franchissement des portes les bras chargés et répond à la loi handicap de 2006 grâce à son réglage à hauteur variable (9 niveaux). La poignée se nettoie rapidement et facilement.



WWW.HYGIALIM.COM

Le Ti Pavez, nouveau fromage breton... aux algues

Le Ti Pavez, "pavé local" en breton, est un fromage à pâte pressée demi-cuite. Fabriqué entre terre et mer avec du lait entier de vache et des algues du Finistère, il est ensuite affiné à l'eau de mer. Le Ti Pavez a été lancé par l'association des Fromagers du Breizhon, qui réunit 9 producteurs de lait répartis sur l'ensemble de la région, et une laiterie artisanale. Leur but est de créer un revenu supplémentaire et de pouvoir transformer eux-mêmes leur lait. Il a fallu presque quatre ans de recherches à ces agriculteurs, avec l'aide d'Actilait, la chambre d'agriculture d'Ille-et-Vilaine et le Centre d'études et de valorisation des algues pour trouver la recette idéale. Disponible en cubes de 230 g sous cloche, en barre de 800 g, ou en pavé de 1,5 kg à la coupe, il peut se déguster froid ou chaud.

Julie Durand



Le Ti Pavez sous cloche.

JEAN-FRANÇOIS LE LIARD
PRÉSIDENT DES FROMAGERS DU BREIZHON
TÉL. : 02 96 74 83 79
CONTACT@TIPAVEZ.FR

Le Ti Pavez dans les mains des Fromagers du Breizhon.



Sanitys, pour une parfaite hygiène des mains



Favoriser la bonne hygiène des mains dans le monde des CHR est essentiel.

Utiliser des produits à faible impact environnemental fait partie

des enjeux majeurs du XXI^e siècle. Le laboratoire Sanitys a conçu en ce sens une solution hydro-alcoolique en spray dédiée aux professionnels, peu encombrante, facile à installer, sans tracas de maintenance, garantie dix ans, à l'utilisation rapide, efficace et écologique.

WWW.SANITYS.COM

KebaBox®, une nouvelle façon de manger du kebab

Frais, facile à manger, le KebaBox® est un produit pratique à emporter. Une bonne idée pour tous les établissements qui souhaitent se différencier et fidéliser leur clientèle.

Le concept propose des recettes légères à base de viande grillée de kebab méditerranéen, reconnues Saveurs de l'année restauration 2010, à agrémenter d'ingrédients au choix (salade, tomates, concombre, poivrons, oignons, boulgour, riz, pâtes...).

Les 5 recettes KebaBox® se présentent sous forme de galets surgelés, en généreuses portions de 190 g réunissant



des ingrédients de qualité : des lamelles de kebab méditerranéen grillées, un accompagnement et une sauce. Chaque colis contient 14 portions d'une recette riche en goût et sans conservateur, certifiée halal. Pour la mise en œuvre, il suffit au professionnel

de déposer un galet dans le KebaBox® et de le passer 2 min au four micro-ondes. Le restaurateur n'a plus qu'à ajouter la garniture de son choix pour offrir à son client un plat de près de 300 g.

TÉL. : 02 33 77 10 80
INFO@FRANCE-KEBAB.COM
WWW.FRANCE-KEBAB.COM

Valve-up et hop ! la mise sous-vide sans soudure ni machine



Valve-up est le premier emballage de mise sous vide manuelle avec un sac lavable et réutilisable sans soudure ni machine. Celui-ci permettra une conservation de tous les aliments multipliée par 3 pour les dates limites de consommation. Un gain de place exceptionnel dans le réfrigérateur : ils remplaceront toutes les boîtes hermétiques. Et ils offrent la possibilité d'ouvrir et de refermer les sacs à volonté.

WWW.VALVE-UP.COM

"IL FAUT MONTRER NOTRE UNITÉ", CLAMENT-ILS

Pierre-Paul Alfonsi et Roland Héguy font front commun

Marseille (13) Le président de l'Umih 13, nouveau nom de la FIH 13, réélu à l'unanimité à la tête de la plus grosse fédération syndicale départementale de France, a décidé de se ranger aux côtés du candidat à la présidence confédérale.

Une guerre pour la présidence confédérale de l'Umih n'aura pas lieu. **Pierre-Paul Alfonsi**, qui s'était présenté avec **Alain Paulin** contre l'équipe composée de **Roland Héguy** et **Hervé Becam**, a annoncé, à l'occasion de l'assemblée générale de l'Umih 13, qu'il renonçait à se présenter aux élections du 4 octobre prochain. "Cela fait un an que notre syndicat est la risée de la France. Il faut passer à autre chose et montrer notre unité. La fédération de Paca, que je préside également, dit stop aux rapports de pouvoirs. Je serai derrière Roland." Une déclaration à laquelle Roland Héguy a répondu en affirmant "le rôle essentiel de la région Paca au plan national, l'intégrité, la présence et le dynamisme de Pierre-Paul au comité directeur de l'Umih."

Terrasses, paracommercialisme, Pôle emploi

Il a profité de sa venue pour rappeler les axes de son programme : "maintien de la TVA à 5,5 %, formation et emploi, normes de sécurité et d'accessibilité et convention collective." Sur ce dernier point, il a martelé : "Elle a été signée par 3 syndicats minori-



Pierre-Paul Alfonsi avait invité Roland Héguy à l'assemblée générale de l'Umih 13 à Marseille.

itaires. Cela pose un problème de représentativité. On ne peut accepter qu'une organisation patronale de 500 adhérents prenne le pas sur l'Umih."

De son côté, Pierre-Paul Alfonsi a annoncé ses combats. Première lutte : les terrasses. "Je veux qu'on réfléchisse au niveau national à une charte. Il est aberrant que les élus fassent la pluie et le beau temps et, selon la couleur politique du professionnel, usent de

mesures de rétorsion et le privent d'un élément de son fonds de commerce. Je vais travailler à la mise au point de critères qui s'appliqueront à tous." Est venue ensuite la loi littoral : "Je ne comprends pas pourquoi nous sommes le seul département où le littoral est géré par le préfet." Puis, il a évoqué la lutte contre le projet de loi sur le dialogue social dans les entreprises de moins de 10 salariés. En phase avec **Jean-Luc Chauvin**, nouveau président du Medef 13, Pierre-Paul Alfonsi a déclaré "qu'il faut tout faire pour que les syndicats ne rentrent pas dans les TPE". Il a d'ailleurs incité ses 2 000 adhérents à signer une pétition sur ce thème. Enfin derniers sujets abordés, le maintien de la TVA à 5,5 %, "le rétablissement d'une justice fiscale", la lutte contre le paracommercialisme et les difficultés rencontrées avec Pôle emploi : "Nous sommes excédés de tomber sur un répondeur. Nous ne trouvons plus de plongeurs, de cuisiniers, de femmes de chambre... C'est un problème national auquel il faut s'attaquer. Il faut faire bouger Pôle emploi pour qu'il joue son rôle."

Dominique Fonsèque-Nathan

ANCIEN PRÉSIDENT DU CLUB HÔTELIER DE RENNES MÉTROPOLÉ

Gilles Legendre : un hôtelier à la tête de l'Umih Bretagne

Rennes (35) Il succède à Jean-Marc Le Carour et Jean-Yves Vilboux à la présidence régionale du syndicat.



Gilles Legendre entend "aller de l'avant" et "défendre les adhérents bretons".

Gilles Legendre vient logiquement d'être élu à la présidence de l'Umih Bretagne. Logiquement, car ce fils de commerçant en était le vice-président depuis deux ans. Propriétaire de l'hôtel Anne de Bretagne à Rennes, Gilles Legendre a par ailleurs occupé le poste de président du club hôtelier de Rennes Métropole de 2004 à 2010. "Pendant mon mandat, nous avons développé le site internet du club qui était déjà sur les rails. Nous avons également soutenu la création de nombreux clubs hôteliers dans l'Ouest." Il a égale-

ment été président des hôteliers de l'Umih d'Ille-et-Vilaine. "Je suis entré à l'Umih en arrivant dans la profession, en 2002. Je venais du commerce et l'hôtellerie était une reconversion professionnelle."

"De gros dossiers à relever"

À 46 ans, le voici donc président régional, aidé par **Brigitte Delaunay**, vice-présidente et présidente de l'Umih Côte d'Émeraude. "Nous sortons d'une période mouvementée. J'ai bien entendu les différents sons de cloche, mais aujourd'hui je veux aller de l'avant.

Nous avons de gros dossiers à relever sur le plan régional, allons-y ! Je pense évidemment à la formation, à l'emploi, à l'alternance, aux réglementations... J'aime ce métier et je veux le défendre. Je veux défendre nos adhérents bretons et être proche des structures institutionnelles régionales."

Et le nouveau président régional de poursuivre : "En Bretagne, nous avons d'excellentes écoles et centres de formation. Nous avons des pointures et, avec eux, nous allons pouvoir avancer afin de revaloriser notre métier et de le rendre attractif."

Olivier Marie

UNE INITIATIVE SOUTENUE PAR JACQUES MARCON

L'Umih 43 à la rencontre des professeurs et des élèves

Yssingeaux (43) L'antenne départementale du syndicat est allée à la rencontre d'enseignants, d'élèves et de parents, dans le but d'améliorer l'orientation scolaire et de valoriser les métiers de l'hôtellerie-restauration auprès des apprentis.

Se parler, réfléchir, chercher des pistes. Pour **André Perrier**, président de l'Umih 43 et ses collègues, le temps est au dialogue. Le syndicat patronal organise donc des rencontres avec professeurs, élèves, parents. Au lycée Emmanuel Chabrier à Yssingeaux, une idée a germé : programmer un maximum de travaux pratiques la première année,

c'est-à-dire les répartir de façon inégale sur les trois années de scolarité. Les étudiants seraient ainsi tout de suite plongés au cœur du métier qu'ils visent. "Nous sommes en section technique et de la sorte, cela se verrait", a souligné **Philippe Penaud**, professeur. Car l'un des problèmes de la profession demeure le taux trop élevé d'abandon en cours ou en fin d'études. "Nous sommes condam-

nés à ce que les jeunes réussissent", a clamé André Perrier, qui apporte son soutien au projet.

"La cuisine, ce n'est pas ce que nous montre M6 !"

L'image de la profession revient souvent sur le tapis. "Alors que les métiers du tourisme obligent aussi à travailler les week-ends, ils n'ont pas ce problème." "La cuisine, ce n'est pas ce que nous montre M6 !", a insisté le chef **Jacques Marcon**. Donc il faut convaincre : ces métiers offrent un choix très large de débouchés, d'opportunités, de moyens pour s'épanouir. Et surtout, il faut que les jeunes qui désirent se lancer dans cette voie ne soient pas freinés, notamment au niveau de l'orientation. L'accueil des stagiaires est souvent à améliorer, d'où la nécessité d'avoir des tuteurs comme le prône le chef triplement étoilé de Saint-Bonnet-le-Froid. **Pierre Boyer**



Élèves, professeurs, professionnels et parents d'élèves, pour une rencontre organisée par **André Perrier** (3^e à gauche) et **François Faure** (2^e à droite), proviseur du lycée Chabrier d'Yssingeaux.

"UN SALON QUI MAGNIFIE LE MÉTIER" SELON LE PRÉSIDENT DU SYNHORCAT

Un avant-goût d'Equip'Hotel avec Elizabeth Leriche et Didier Chenet

Equip'Hotel a confié au cabinet de tendances d'Elizabeth Leriche la réalisation du studio 2010, véritable laboratoire d'idées. Celle-ci dévoile la manière dont elle a abordé ce projet alliant design, praticité, nouvelles technologies et démarche éco-responsable. De son côté, le président du Synhorcat, Didier Chenet, annonce une participation dynamique du syndicat au salon. Entretien croisé.

Propos recueillis par Sylvie Soubes

Didier Chenet : Le gros avantage d'Equip'Hotel, c'est qu'on y trouve ce dont on a besoin et des tas d'autres idées. En fait, on y trouve à la fois ce qu'on cherche et ce qu'on ne cherche pas. C'est tout le savoir-faire des chefs, les nouveaux produits, les arts de la table, l'innovation matérielle. C'est la boîte à outils. Ce sont toutes les composantes de la vie d'une entreprise café, hôtel, restaurant, qui sont réunies. Le Synhorcat va apporter une participation très active cette année. Nous allons mettre à disposition d'un des secteurs du salon les apprentis du CFA Médéric. À mes yeux, c'est un salon qui magnifie le métier.

Elizabeth Leriche : En ce qui me concerne, je plonge dans un nouveau secteur avec ce salon. Habituellement, je travaille pour la mode, l'habitat, la bijouterie... Et cela fait une vingtaine d'années que je collabore pour le salon Maison & Objet.

D. C. : Vous êtes, dit-on, chasseuse de tendance. Comment fait-on une tendance ?

E. L. : Une tendance, c'est un cycle qui se renouvelle et qui, à chaque fois, s'inspire de tout ce qui se passe. Mon rôle est de mettre en avant des designers, des créateurs, des personnalités. Ce qui est très intéressant, c'est d'étudier tout ce qui se passe dans tous les domaines et d'en tirer une idée prospective, un parti pris, qui va pouvoir donner une piste de création pour demain.

D. C. : Où en est-on aujourd'hui ? Qu'allez-vous présenter ?

E. L. : En septembre, lors du prochain Maison & Objet, nous allons présenter quelque chose sur l'intime, les notions de vie privée, vie publique. Nous sommes sur un retour à la caverne et à l'abri. Quant au Studio, il faut que les gens puissent, après avoir visité l'espace, repartir avec des idées, des adresses, un produit qu'ils aiment. C'est un forum de 400 m² et je dois mettre à contribution tous les exposants. Je le sais déjà, il y a beaucoup de questions concrètes que je ne vais pas pouvoir traiter. C'est une évocation que nous allons faire mais qui doit ouvrir des portes... Je voyage énormément et il y a beaucoup de 'spectaculaire et de baroque' dans la décoration des hôtels avec, par exemple, des lustres géants. Personnellement, je n'en peux plus. Je pense qu'on va vers le bien-être, avec un service ou pas de service du tout. Les jeunes commandent sur internet. Ils ne voyagent pas du tout comme nous le faisons. J'ai choisi un premier thème baptisé City Easy. Nous sommes dans le rétrécissement des espaces, l'agrandissement des lits... Au Japon, j'ai été frappée par ces petites cellules, installées dans les aéroports notamment. Aujourd'hui, c'est l'explosion de l'urbanité et il faut, dans ce contexte, rendre la vie agréable. Je voudrais qu'il y ait des panneaux solaires, des tableaux où l'on va pouvoir se passer des messages, des bornes au-



Didier Chenet, président du Synhorcat et Elizabeth Leriche, chasseuse de tendances, ont évoqué la prochaine édition d'Equip'Hotel, entre urbanité et démarche éco-responsable.

tomatiques. Il faut aussi allier très petits volumes et design. Une certaine catégorie de personnes recherche le design. Il faut une écriture bien urbaine et bien contemporaine. On va travailler sur la couleur, les changements de lumière, la convivialité, la façon de choisir sa musique, de la diffuser ou de la garder pour soi.

D. C. : L'aspect développement durable devient aussi incontournable. Comment y répondre ?

E. L. : Green Therapy est effectivement notre deuxième 'expérience'. Je voudrais faire un potager, avec une table d'hôte et toucher au plus près tout le bio. Là, nous misons sur le goût, l'odeur, la sensualité. Là encore, les gens en ont besoin. Il n'y a jamais eu autant de plants de tomates sur les balcons. Il n'y aura pas d'écrans de télévision. C'est un réancrage avec la nature. Nous serons dans une approche comportementale qui privilégie le ressourcement, le ralentissement, l'engagement. Mais aussi la famille avec un espace pour enfants, accroché comme une cabane dans la chambre. L'accueil des enfants n'est pas assez travaillé en France.

D. C. : C'est vrai que dans les établissements traditionnels, l'accueil des enfants ne fait pas partie des priorités... Quelle différence faites-vous entre la tendance et la mode ?

E. L. : En résumé, la mode, c'est un rythme qui s'étend sur six mois. Une tendance, ce sont différents rythmes. La tendance écologique que nous avons érigée est devenue un mouvement de fond. Quand on travaille pour des fabricants de meubles, il faut être dans la tendance. La réalisation d'un meuble demande du temps.

D. C. : La mode se crée, la tendance ne se crée pas.

E. L. : Comme je l'ai souligné, la tendance s'inspire. On se sert de tous les signaux qui peuvent venir d'un designer, d'un créateur de mode ou de la pub. On observe et on voit quelle est la tendance.

D. C. : Un établissement ne peut pas se permettre d'être à la mode. Un hôtelier n'en a pas les moyens. En revanche, il faut qu'on soit dans la tendance. La durée de vie d'une décoration de restaurant c'est sept ans maximum. Une chambre, c'est lourd, car il y a toujours la salle de bain derrière.

E. L. : Ce qui se démode vite, pour moi, ce sont les décors extravagants qui attirent les gens à un moment donné. Que la déco prenne le des-

sur sur le goût, c'est dommage.

D. C. : Dans un établissement mode, vous aurez d'abord tous les peuples, puis les suiveurs. Toute l'intelligence, c'est d'attirer des clientèles successives mais, effectivement, un concept 'mode' s'use vite.

E. L. : Sur Equip'Hotel, nous allons aussi traiter le luxe avec New Elegance. Nous allons proposer une chambre comme une alcôve centrale, un peu comme un lit à baldaquin géant, avec des rideaux que l'on peut fermer si on veut être seul. L'hôtel, c'est un lieu de travail, un lieu d'intimité, un lieu aussi de rencontre. C'est un projet ambitieux, avec du bois, des matières belles et nobles.

D. C. : Je crois qu'aujourd'hui, même à ce niveau-là, le coût de l'investissement comme le coût de l'entretien sont très importants. Quel que soit l'hôtel, la praticité de l'exploitation est aussi à prendre en compte. Qui dit métier de service, dit, quel temps accorde-t-on au nettoyage ? Autre aspect qu'il faut avoir en tête, c'est le choix des couleurs.

E. L. : Le high-tech a longtemps été noir, aujourd'hui c'est blanc, et on trouve maintenant toutes les couleurs. Le blanc commence à se démocratiser. Un canapé blanc, par exemple, parce qu'il est déhoussable et nettoyable. La fonctionnalité amène certaines évolutions. Quand on est dans le noir et le blanc, on sait qu'on aura après une explosion de couleurs.

EQUIP'HOTEL

DU 14 AU 18 NOVEMBRE 2010

DE 9 H 30 À 19 HEURES (18 HEURES LE JEUDI)

PORTE DE VERSAILLES, PARIS XV^E

WWW.EQUIPHOTEL.COM

INTERNET, ASSISTANCE JURIDIQUE, NOUVELLES NORMES...

Umih 03 : rien que du concret

Vichy (03) À la section de l'Allier du syndicat patronal, les problèmes sont abordés de front, sans se voiler la face.

Réunie en assemblée générale, l'Umih de l'Allier, en la personne de son président **Jean-Michel Chavaro-chette** a annoncé la création d'un nouveau support informatique pour aider les professionnels : "Nous lançons un site avec une partie réservée aux professionnels. Il pourra servir à lister les établissements qui ont un tuteur pour l'apprentissage, pour aider tous ceux qui cherchent des formations en alternance." Le président départemental a aussi insisté sur la mise en place d'"une assistance juridique qui prend tout en compte" pour gérer les problèmes avec les salariés, avant d'aborder le dossier du nouveau classement hôtelier, avec lequel "60 à 70 établissements du département n'auront plus rien. Alors comment vendre l'Allier si



"l'hébergement ne suit pas ?"

Pour aider les professionnels à se mettre aux normes, une convention avec l'ordre des experts comptables et la chambre de commerce et d'industrie va être signée afin de monter les dossiers pour les plans de financement des rénovations à réaliser, ce qui permettra d'arriver mieux armés devant les banquiers. "Et n'oubliez pas les réglementations à venir comme l'accès aux personnes handicapées. Faites toujours attention aux plans et aux normes à respecter", a-t-il martelé en conclusion.

Pierre Boyer

Jean-Michel Chavaro-chette, lors de l'assemblée générale de l'Umih de l'Allier.

UNE USINE BRIDOR A OUVERT EN 2008

Les ambitions sud-américaines du groupe Le Duff

Buenos Aires Le groupe français, qui vient d'ouvrir sa première enseigne Le Fournil de Pierre en Argentine, veut passer à la vitesse supérieure dans le sous-continent.



Début mai, Le Fournil de Pierre s'est offert un point de vente à Buenos Aires, dans l'un des plus beaux centres commerciaux de la ville, les Galerias Pacificos. "En Argentine, l'enseigne s'est positionnée sur le haut de gamme avec service à table, lustres en cristal et sièges de style Louis XV. D'ici à 2011, le Fournil de Pierre devrait posséder deux ou trois autres emplacements ciblés dans la capitale", précise **Martin Federico**, directeur Argentine du groupe Le Duff.

Implanté dans le pays depuis une dizaine d'années, Le Duff se présente ici comme "le numéro un en



Martin Federico, directeur Argentine du groupe Le Duff.

restauration rapide à la française", et talonne McDonald's, Burger King et Starbucks. Avec 27 points de vente, Brioche dorée (35 d'ici à la fin de l'année), le groupe vise les 12 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 2010.

Une nouvelle usine Bridor, chargée de la fabrication des produits, a également vu le jour en 2008. Dirigée par **Christophe Guilloux** (pâtissier de formation), elle devra permettre d'assurer le développement du groupe au Chili et au Brésil. En quête d'un master franchisé, Martin Federico cible en effet une quarantaine d'ouvertures au total dans ces deux pays voisins.

Violaine Brissart

INSTALLÉ DEPUIS DOUZE ANS EN ARGENTINE

Guillaume Bianchi défend la gastronomie

Buenos Aires Le chef exécutif du Hilton Buenos Aires multiplie les initiatives afin de promouvoir la gastronomie.

En 1999, **Guillaume Bianchi** s'installe dans les cuisines du Hilton de Buenos Aires. "J'étais venu pour deux ans, j'y suis resté douze années", s'amuse le chef exécutif. Durant cette période, il observe une profonde évolution : "Faire déguster des huîtres relevait de l'exploit ! Aujourd'hui, la gastronomie est bien plus recherchée et la clientèle plus aventureuse." Dans son restaurant El Faro, Guillaume Bianchi propose justement plusieurs

"aventures" en mettant à la carte des "produits locaux avec du caractère", tels que le carpincho (le plus gros rongeur du monde), le nandu (l'autruche de la pampa) ou encore le jacaré (un caïman sud-américain).

Un chef engagé

Cependant, le Français relève encore des lacunes dans "la maîtrise des bases, la pâtisserie et l'éducation culinaire". C'est pourquoi il se décide à promou-

voir la gastronomie en devenant membre de l'association Lucullus et secrétaire général de l'Académie Bocuse d'or d'Argentine, créée l'an dernier. Du 5 mai au 2 juin, El Faro a d'ailleurs organisé un festival conviant les cinq chefs argentins ayant participé à ce concours mondial : **Darío Gualtieri, Diego Gera, Martín Molteni, Emiliano Sabino** et **Juan Pedro Demuru**. Pour la prochaine édition du Bocuse d'or, Guillaume Bianchi pense faire appel à un ancien



Au restaurant El Faro, **Guillaume Bianchi** propose des "produits locaux avec du caractère".

lauréat français pour coacher le candidat argentin. "L'Argentine a un vrai potentiel. Il ne faut pas le gâcher !", estime-t-il.

V. B.

"LA SOIF DE CONNAÎTRE DES SAVEURS NOUVELLES EST POUR MOI INTARISSABLE", CONFIE-T-IL

Franck Dieudonné, chef de l'année au Chili

Santiago du Chili Récemment récompensé par le Cercle des critiques gastronomiques du Chili, cet infatigable aventurier des saveurs revient sur son parcours de chef voyageur.



Le Cercle des critiques gastronomiques du Chili a tranché : le prix de meilleur chef de l'année 2009 revient à **Franck Dieudonné** pour l'ensemble de sa carrière. Il faut dire que le chef exécutif du Radisson de Santiago a une trajectoire atypique. Le voyage serait-il une histoire de famille ? Tout comme son cousin **Patrick Ferry** (chef du Sofitel São Paulo), Franck Dieudonné a sillonné la planète. Diplômé du CFA La Noue (21), il s'envole vers Nouméa, en Nouvelle-Calédonie, puis découvre une "cuisine végétarienne savoureuse et originale" en Nouvelle-Zélande, l'art du barbecue en Australie et les subtilités de la cuisine thaïe. "La soif de connaître des saveurs nouvelles est pour moi comme l'envie de vivre d'un être humain : intarissable",



Franck Dieudonné.

avoue-t-il.

La majeure partie de sa carrière se déroule néanmoins à Londres où il travaille pour des établissements français, un traiteur casher et la branche restauration de Marks & Spencer (ce qui lui permettra de cuisiner régulièrement pour la famille royale). Il y a neuf ans, il s'installe au Chili et multiplie une fois de plus les expériences. Il commence par donner des cours, cuisine pour

diverses ambassades, devient chef pour le casino de Viña del Mar, ouvre son propre restaurant à Concepción, dirige le restaurant chic Opera Cathedral à Santiago, avant de rejoindre le groupe Radisson en 2007. "Le Chili est un pays tranquille, aux règles de business bien établies. Il est facile d'y trouver du travail quand on est un chef français", assure-t-il.

V. B.

Une recette de Franck Dieudonné, Hôtel Radisson, Santiago du Chili

Filet de turbot sur paella style risotto

Ingrédients pour 4 personnes

- 1 kg de filet de turbot
- 8 grosses crevettes
- 8 Saint-Jacques
- 50 g de chorizo espagnol
- 1/2 g de safran
- 100 g d'échalotes
- 2 gousses d'ail
- 20 cl d'huile d'olive extra vierge
- 100 g de petits pois
- 1/2 l de bouillon de poule
- 20 g de ciboulette
- 1 poivron rouge
- 1 poivron vert
- QS sel et poivre
- 300 g de risotto arborio
- 50 g de beurre

tranches le chorizo.

- Faire revenir les échalotes, l'ail, le chorizo dans l'huile d'olive à feu doux, ajouter le riz, le faire dorer quelques minutes puis ajouter le safran et la moitié du bouillon de poule, cuire à feu doux jusqu'à évaporation et couper le gaz (le riz doit être cuit à point).
- Couper les filets de turbot en 4 portions, les faire cuire à la poêle, bien dorer des 2 côtés.



Filet de turbot sur paella style risotto.

• Dans une casserole, porter à ébullition le reste du bouillon, ajouter les crevettes, les Saint-Jacques, les poivrons, les petits pois et le riz précuit. Cuisiner quelques minutes. Hors du feu mélanger le beurre mou avec le risotto, assaisonner à votre goût et servir.

LE CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PROFESSION EST EN HAUSSE

Gira Conseil dévoile les premières tendances de l'année 2010

Les cinq premiers mois de l'année 2010 sont encourageants pour le secteur de la restauration.

De - 1 % pour la restauration rapide à + 7 % pour la restauration avec service à table, les fréquentations au 30 mai 2010 repartent globalement à la hausse, comparées à celles de la même période en 2009. Les dépenses moyennes quant à elles progressent de 2 à 3 % dans la restauration rapide, selon les segments de marché et sont plutôt en hausse dans la restauration avec service à table. Les acteurs ayant agi fortement sur les prix en 2009, les dépenses moyennes affichent - 3 et - 5 %. Par ailleurs, ce sont chez eux que l'on constate les croissances de chiffres d'affaires les plus importantes. Plus globalement, le chiffre d'affaires de la profession est orienté à la hausse, avec une augmentation de 7 ou 8 % par rapport à 2009. Il serait plus juste de vérifier son niveau d'activité des cinq premiers mois de l'année 2010 avec ceux de 2008.

Des consommateurs vigilants

Les Français se serrent moins la ceinture qu'en 2009, leur objectif est de se faire plaisir. Cela signifie que la recherche systématique du prix bas est probablement en train de s'atténuer au profit d'une recherche de qualité globale (assiette et service). Toutefois, la vigilance est toujours là. La justification du ni-

veau de prix est plus fondamentale que jamais. L'achat malin est un comportement qui s'est installé, peut-être même durablement. Le marché est encore tiraillé entre les consommateurs qui n'ont plus forcément l'envie d'acheter autant qu'avant et ceux qui ne veulent pas réduire leurs dépenses mais qui souhaitent consommer de façon réfléchie et qui recherchent la qualité. Le pouvoir d'achat a augmenté de 1,6 % en 2009 contre 0,8 % en 2008. Surprenant ? Non, car les revenus ont à peine augmenté (+ 1 %) et surtout l'inflation s'est assagie (- 0,6 % en 2009 contre + 2,9 % en 2008). La concurrence bat son plein et fait son travail petit à petit, dans tous les segments de la restauration hors domicile. Les prix tendent également à diminuer, en raison de promotions de plus en plus agressives et régulières. Résultat : la fréquentation des restaurants continue à être positive et ce, sur tous les segments de marché. Enfin, les restaurateurs qui alignent leurs produits quasiment aux mêmes prix et ne fournissent aucune valeur ajoutée (notamment concernant le service) inciteront les consommateurs à se replier vers la grande distribution. Une situation dangereuse, étant donné les très importants progrès effectués par l'industrie agroalimentaire.

EN BREF

■ Michel Philippe chevalier dans l'ordre de la Légion d'honneur



Paul Bocuse et Michel Philippe.

Paul Bocuse a remis les insignes de chevalier dans l'ordre de la Légion d'honneur à Michel Philippe, Hostellerie des Bas-Rupts (Gérardmer, 88), en présence du député des Vosges, François Vannson. Michel Philippe a transformé un hôtel de 15 chambres classé 1 étoile, sans employés mais doté d'un restaurant, d'un débit de tabac et d'une pompe à essence en un Relais & Châteaux 4 étoiles avec un restaurant étoilé depuis plus de trente ans maintenant.

■ Fou de France Bistrot

En 2010, un nouveau format de collaboration est créé pour mettre à l'honneur au Japon les meilleurs bistrot français : Fou de France Bistrot. Six restaurants français ont été sélectionnés par Alain Ducasse et le comité parrainé par Châteaux et Hôtels Collection. Pendant une semaine, chaque chef retenu œuvrera en présence de gourmets japonais et de médias internationaux au restaurant Benoît à Tokyo ou au restaurant Le Comptoir de Benoît à Osaka. Après la participation du restaurant Aux Lyonnais (Paris II^e) à Tokyo avec Frédéric Thévenet, chef d'Alain Ducasse, qui a eu lieu du 10 au 15 juin, se succéderont :

- du 22 au 27 juillet : Maison Constant (Paris, VIII^e) à Osaka avec Philippe Cadeau, chef de Christian Constant.
- du 9 au 14 septembre : Bistrot de Lyon (Lyon, II^e) à Tokyo avec Yves Bazet, chef de Jean-Paul Lacombe ;
- du 11 au 16 novembre : Mon Vieil ami (Paris, IV^e) à Osaka avec Frédéric Crochet, chef d'Antoine Westermann.
- du 20 au 25 janvier 2011 : La Tupina (Bordeaux) à Tokyo avec Sylvère Fourcade, chef de Jean-Pierre Xiradakis.
- du jeudi 3 au mardi 8 mars 2011 : Thoumieux (Paris, VII^e) à Tokyo avec Jean-François Piège.

BULLETTIN D'ABONNEMENT

RECEVEZ CHAQUE SEMAINE

L'Hôtellerie Restauration

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



> Abonnez-vous par téléphone :

01 45 48 45 00

ou par fax : 01 45 48 51 31

ou par internet : lhotellerie-restauration.fr

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

Nom : _____

Adresse : _____

Code postal & Localité : _____

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

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

> Choisissez le mode de règlement :

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

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

N° _____

Date de validité : ____ / ____

3 derniers chiffres au dos de la carte : _____

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 : _____