

ANNONCES
CLASSÉES
À PARTIR DE
LA PAGE 14

3€

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

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



LE
GAULTMILLAU
D'OR POUR
FRANÇOIS
ADAMSKI

À L'APPROCHE DE LA SAISON ESTIVALE

PAGES 32-33

LE POINT SUR LE DROIT ET LE STATUT DES SAISONNIERS



Un travailleur saisonnier peut être embauché dans un établissement dont l'ouverture ne dépasse pas 9 mois par an ou dont l'activité est plus importante du fait de la saison.

Exerçant soit dans un établissement saisonnier, soit dans un établissement permanent dont l'activité est plus importante du fait de la saison, les saisonniers sont employés sous contrat à durée déterminée et, bien qu'une majorité des règles applicables soient celles régissant les CDD, ils bénéficient aussi des règles et des avantages sociaux prévus par la

convention collective des CHR et ses avenants. Cependant, leur contrat de travail comporte des particularités qu'il est indispensable de connaître, notamment en ce qui concerne la période d'essai, le temps de travail (et les durées maximales autorisées), le repos hebdomadaire, les jours fériés, la prime TVA et la nouvelle mutuelle HCR Santé.

POUR "SE RAPPROCHER DE LA TRADITION FRANÇAISE"

PAGE 7

APPEL D'OFFRES À PARIS (XIV^E)

PAGES 2-3

McDonald's teste le service à table



Le service à table a été mis en place dans le restaurant situé dans l'aéroport d'Orly (94).

L'enseigne souhaite diminuer les files d'attente derrière ses comptoirs, notamment pour les clients commandant leurs menus sur des bornes automatiques et ceux fréquentant les McCafé.

"Si ce test est concluant, [le service à table] pourrait se déployer sur l'ensemble des restaurants en 2012", déclare **Jean-Pierre Petit**, président-directeur général de McDonald's France.

La Compagnie de promotion immobilière et hôtelière décroche le projet de la porte de Vanves

UNE 2^E TABLE À PARIS

PAGE 5

Inaki Aizpitarte ouvre le Dauphin

SELON LE CABINET DELOITTE

PAGE 11

En 2011, la croissance est de retour pour l'hôtellerie française

DROITS DE DIFFUSION DE MUSIQUE

PAGE 31

RESTO CONCEPT

PAGE 8

Zinc, la gastronomie en zone industrielle

Pierre-Paul Alfonsi (Umih 13) dénonce les nouveaux tarifs de la SPRE

À table

Dans le flot d'une actualité générale particulièrement tumultueuse, l'information est passée complètement inaperçue : McDonald's lance en France, dans une cinquantaine de ses établissements, une 'expérience' de service à table. Certes, il ne s'agit pas d'une révolution qui va bouleverser le métier, mais cette nouvelle approche du géant du fast-food ne peut qu'interpeller nombre de cafetiers et restaurateurs sur cette volonté de se "rapprocher des traditions des consommateurs français", selon l'expression des dirigeants de l'enseigne à l'arche jaune.

Plus explicitement, le leader incontesté du hamburger frites s'attaque ouvertement aux derniers atouts des bistrotts, cafés de quartiers, restaurants de routes ou de gares qui offrent encore aujourd'hui un service d'accueil, aussi sommaire soit-il, qui rassure le client.

C'est sans doute sur ce point qu'il est important de réfléchir à cette nouvelle forme de concurrence lancée par la multinationale de Chicago qui entend bien poursuivre son expansion en utilisant tous les moyens de séduction d'une clientèle qui risquerait de se lasser d'une simple prestation banalisée sur la planète depuis des décennies. Car il serait dangereux de sous-estimer les intuitions de *L'empire du hamburger* pour reprendre le titre du livre de **Ray Crock**, le fondateur de la chaîne qu'il lança dans les années 1950 sur le bord d'une autoroute de Californie où deux frères émigrés d'Écosse vendaient des frites aux représentants de commerce.

L'ancien vendeur de mixers, lassé de 'faire la route' entre San Pedro et Salinas, connaissait bien les attentes de ces consommateurs en quête d'une prestation simple, bon marché et répétitive : l'exploit de McDo, ce fut de fidéliser pratiquement toute la planète en lui proposant de Pékin à São Paulo, de Moscou à Beyrouth, de New York à Perpignan les mêmes formules, les mêmes décors, les mêmes ingrédients vendus à grand renfort de lancinante publicité. La 'World Company' avait atteint son but au point qu'aujourd'hui encore, les économistes n'hésitent pas à faire référence à 'l'indice big-mac' pour mesurer le niveau de vie d'un pays.

C'est pourquoi l'expérience lancée aujourd'hui dans l'Hexagone ne doit pas laisser indifférents les principaux acteurs de la profession. À l'heure où le sandwich est considéré comme un avenir où le convive sera un mangeur debout - ce qu'il est difficile de considérer comme un progrès - McDo semble prendre le contre-pied en tentant une formule susceptible d'être étendue à toutes les unités françaises. Pour devenir encore plus concurrentiel, en cultivant nos traditions. Le défi est lancé, il est à relever.

L. H.

DERNIÈRE MINUTE

Denis Courtiade reçoit le grand prix de l'Art de la salle 2010



Denis Courtiade.

Le directeur de salle du restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée depuis son ouverture en 2000, **Denis Courtiade**, vient de recevoir le grand prix de l'Art de la salle de l'Académie internationale de la gastronomie. Il succède à **Diego Masciaga**, du Waterside Inn au Royaume-Uni, lauréat 2009 et à **Juli Soler**, d'El Bulli, en Espagne, en 2008. Une distinction décernée pour la qualité de la salle, du décor, de la réception, du service, et de l'accueil au sein du restaurant. Ce grand prix récompense un professionnel passionné qui œuvre aussi pour la revalorisation du métier, notamment en intervenant dans les écoles hôtelières et en soutenant les projets des jeunes et des enseignants. Une expérience et un savoir-faire qu'il partage et transmet aussi à son équipe composée de 26 personnes, toutes au service d'une clientèle qui attend une prestation à la hauteur des 3 étoiles Michelin.

60 grands chefs à Versailles

Jaume Tàpies, pour les Relais & Châteaux, et **Marc Haeblerlin**, pour les Grandes Tables du monde, organisent le 6 avril prochain au château de Versailles le dîner des grands chefs en l'honneur de la gastronomie française. 60 grands chefs du monde entier seront aux manettes pour assurer ce repas réunissant 650 clients ayant déboursé chacun 890 € tout compris. Les bénéfices de cette soirée élaborée en partenariat avec Moët Hennessy, seront reversés à la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires (MFPCA), présidée par **Jean-Robert Pitte**, pour la création de la Cité de la gastronomie.

À vos agendas : Euro Gusto

La biennale européenne du goût et de l'alimentation, organisée par Slow Food France, se déroulera du 18 au 20 novembre 2011, au parc des expositions de Tours (37).

Une quatrième ouverture conjointe pour Elior et Courtepaille

Elior ouvre son quatrième restaurant Courtepaille sur l'autoroute A5 entre Troyes et Langres, à hauteur de Chaumont, sur l'aire de Chateaufort dont la fréquentation avoisine les 8 700 passagers par jour. Ce restaurant, d'une surface de 290 m², propose 180 places assises en salle et 50 en terrasse. Le partenariat entre Elior et Courtepaille a déjà donné naissance à 3 restaurants sur les aires de La Ferté-Bernard, Romagnieu et Chartre-Gasville. D'autres sont à prévoir si l'on en croit **Philippe Labbé**, président de Courtepaille, qui compte sur "les contrats de concession de ces sites de transit à forte fréquentation qui seront majoritairement renouvelés d'ici fin 2012. (...) Les clients expriment un fort besoin de renouvellement des prestations qui y sont offertes."

AVEC UN PROJET DE 6,3 M€

LA COMPAGNIE DE BOISSÉE FINANCES

Paris (XIV^e) C'est l'un des projets hôteliers phare de la municipalité. L'hôtel sera positionné en 3 ou 4 étoiles, et comptera près de 100 chambres.

Le Conseil de Paris a rendu son verdict le 8 février en attribuant la charge foncière de ses terrains situés porte de Vanves au duo composé par la CPIH (Compagnie de promotion immobilière et hôtelière) et Boissée Finances. Pour cette petite équipe, qui se trouvait confrontée à une dizaine de concurrents dont Vinci, c'est une réelle satisfaction. Pour la ville de Paris, le partenariat représenté par la CPIH et Boissée Finances était sécurisant. En effet, Boissée Finances, dirigée par **Stanislas Rollin** se trouve à la tête d'un parc de 70 établissements sous enseigne Accor, soit 7 000 chambres situées en France, Suisse et Belgique. À cela s'ajoute la marque Thalazur, une activité complémentaire en thalassothérapie. La société est aussi propriétaire de ses hôtels. "Nous

SES ADHÉRENTS REPRÉSENTENT 46% DE LA

L'Association des Hotels affirme son

À l'occasion de sa journée annuelle de la communication, l'Association des investisseurs franchisés du pôle économique de Louvre Hôtels (AIFE), présidée par Régis Donzeau, a abordé divers sujets dont la sortie de Starwood Capital du groupe et la rénovation du parc d'hôtels Première Classe.

Organe de concertation, l'Association des investisseurs franchisés du pôle économique de Louvre Hôtels (AIFE) se félicite d'être totalement indépendante. "Nous sommes une centaine de propriétaires d'hôtels au sein de l'association", déclare **Régis Donzeau**, président de l'AIFE, totalement indépendants dans notre fonctionnement et libres de nos débats. Nous organisons nous-mêmes nos réunions franchisés ainsi que notre journée sur la communication. Les idées qui font débat au sein de l'association sont ensuite proposées à notre franchiseur, qui nous a toujours réservé la meilleure écoute possible. En 2006, les propositions faites par l'association ont permis notamment la refonte des contrats de franchise des marques." En 2011, c'est davantage sur la sortie de Starwood du capital de Louvre Hotels et sur la situation des hôtels Première Classe qu'étaient centrés les débats. L'Association des franchisés a fait part de ses regrets de n'avoir eu aucune prise directe sur la décision de Starwood, somme toute "classique de la part d'un fonds d'investissement." En ce qui concerne Première Classe, l'association a été davantage concernée. "Nous avons approuvé totalement les nouveaux concepts Campanile et Première Classe, annonce Régis Donzeau. Mais si le parc Campanile a été quasiment rénové, il n'en va pas de même pour Première Classe dont 30 % seulement des hôtels est de 2^e génération. En tant que franchisés, nous avons beaucoup investi dans la marque, nous attendons donc du groupe

L'Hotellerie Restauration

L'hebdos des C.H.R.

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

RESPONSABLES DE RUBRIQUE

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

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

SECRETARIAT DE RÉDACTION
Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

RÉDACTEURS GRAPHISTES
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 0750 - 3717

IMPRESSION
Roto Centre - 45 770 Saran
Capital : 1 418 141,74 €
Principal actionnaire : Bureau de Presse



Presse PRO

PROMOTION IMMOBILIÈRE ET HÔTELIÈRE ET GAGNENT L'APPEL D'OFFRES DE LA PORTE DE VANVES



Stéphane Bertheau, directeur général de la CPIH.

sommes investisseurs-opérateurs, et nous investissons toujours selon un [même] montage, à savoir 75 % en crédit bail et 25 % en fonds propres”, déclare le directeur général de la société. Pour la municipalité, une structure qui a donc du répondant.

Un appel d'offres plus simple

La CPIH est une société familiale spécialisée dans l'achat de terrains et dans l'immobilier. 80 % de ses activités concernent l'hôtellerie. “Nous travaillons

en partenariat avec Boissée Finances, car nous sommes en totale confiance”, déclare **Stéphane Bertheau**, son directeur général. La CPIH est montée seule au créneau défendre ce projet. Le cahier des charges réalisé par la ville de Paris était cette fois moins complexe “et surtout plus accessible aux hôteliers”, souligne celui-ci. “Nous avons écrit une simple lettre précisant notre offre, accompagnée d'un dossier complémentaire sur nos deux sociétés”. La décision a été prise en quatre mois. Pour Stéphane Bertheau, l'équipe CPIH-Boissée Finances a remporté la mise notamment parce que le dossier était simple : “Nous avons proposé la somme de 6,3 millions d'euros, une somme relativement importante pour parer au problème du sol.” Pour les deux sociétés, ce projet était stratégique : “Le terrain est idéalement placé à proximité du métro, de la gare de tramway, de la porte de Versailles, et à quelques stations de Montparnasse et de Saint-Germain-des-Prés.” De plus, la société de Stanislas Rollin possède déjà plusieurs hôtels dans Paris, dont le Novotel et l'Etap Hotel situés porte d'Orléans, le Novotel de la porte d'Asnières et l'Etap Hotel avenue Jean Jaurès (XIX^e arrondissement), sans compter

de nombreux établissements situés dans la petite couronne.

Une enseigne encore à définir

Aucune enseigne n'a encore été choisie : “L'hôtel sera positionné sur le créneau 3-4 étoiles, mais nous n'avons rien décidé pour le moment. En revanche, il devrait compter 96 chambres, un bar ouvert au public, un espace bien-être mais pas de restaurant.” En matière d'emploi, un partenariat sera passé entre la mairie du XIV^e et le lycée Guillaume Tirel pour recruter la trentaine de salariés prévus dans l'hôtel. Dans le mois qui vient, l'architecte devrait être choisi : “Un concours que nous allons organiser avec la ville de Paris”, explique Stéphane Bertheau. Le tandem CPIH et Boissée Finances se déclare prêt à répondre aux prochains appels d'offres lancés par la municipalité : “Nous sommes heureux et fiers car gagner un appel d'offres à Paris, ce n'est pas rien”, souligne Stéphane Bertheau. Dans l'avenir, la CPIH espère bien multiplier ses partenariats et se développer dans d'autres villes : “C'est toujours une question d'opportunité et souvent une question d'hommes”, conclut son directeur. **Évelyne de Bast**

TOTALITÉ DES MARQUES DU GROUPE

franchisés Louvre indépendance



Régis Donzeau, président de l'AIFE.

Louvre Hotels qu'il montre l'exemple, puisque 65 % des établissements de la marque sont des hôtels en filiale ou managés.”

Pour l'AIFE, il ne sera pas question de communiquer tant qu'il n'y aura pas au minimum 40 % d'hôtels rénovés dans le réseau. Or, la rénovation des filiales ne va

pas assez vite selon l'association. “Nous faisons pression auprès du groupe pour arriver à nos fins”, déclare Régis Donzeau.

Un interlocuteur à l'écoute

L'AIFE sait que Louvre Hotels est un interlocuteur à l'écoute. Suite aux remarques de l'association, le groupe a par exemple mis en place Cap hygiène, un programme d'audits d'hygiène dans tous les restaurants des hôtels. Malgré une représentativité acceptable (46 % sur la totalité des marques), l'association aimerait augmenter le nombre de ses adhérents. “Nous représentons 77 % des franchisés Première Classe, 81 % des Campanile, 50 % des Kyriad, dont le parc est pourtant composé à 90 % d'indépendants franchisés. Or, ce sont souvent des propriétaires d'un seul hôtel. C'est dommage, car ce sont les hôteliers indépendants, souvent isolés, qui auraient le plus besoin de nous”, regrette Régis Donzeau.

Si l'année 2010 a été celle du renouveau chez Campanile, 2011 pourrait bien être celle de Première Classe et de Kyriad, qui vient de se doter d'un nouveau patron de marque. **É. de B.**

UNE CONSÉCRATION DE PLUS POUR LE BOCUSE D'OR 2001 ET MOF 2007

François Adamski reçoit le GaultMillau d'or

Bordeaux (33) À la tête du Gabriel, restaurant ouvert sur la place de la Bourse en juillet 2009, le chef nordiste a su séduire les Bordelais. Le guide GaultMillau l'a consacré, avec un trophée en or.

Patricia Alexandre, directrice de la rédaction du guide GaultMillau, n'est pas venue en touriste : “Ce n'est ni pour la vue superbe sur la Garonne, ni pour cette ville magnifique que nous sommes là, mais pour remettre ce GaultMillau d'or à **François Adamski**, qui est forcément dans les critères de notre guide. C'est un chef qui a décidé de travailler d'abord pour les clients de sa région, avec des producteurs locaux dont il soutient ainsi le travail.”

Puis d'insister : “Nous recherchons des cuisiniers qui ont une âme, une cuisine qui ait du sens. Le travail ne suffit pas, il faut l'envie, la passion et le talent. **François Adamski**, c'est tout cela.” Le chef du Gabriel, en col bleu blanc



Au restaurant Le Gabriel, à Bordeaux : le chef **François Adamski** (au centre) reçoit le GaultMillau d'or des mains de **Patricia Alexandre** (à droite), directrice de la rédaction du guide.

son équipe. Après le déjeuner - dont un magistral Jeune lapin farci comme à la royale, le plat de la finale du MOF 2007 -, on a joué les prolongations au lycée hôtelier de Talence. GaultMillau avait convié les fournisseurs, producteurs et les meilleures toques de la région. Un grand moment de partage et d'amitié. **Brigitte Ducasse**

rouge, confie à son tour, très ému : “Le Bocuse d'or ou le MOF, c'est le résultat d'un jour, d'un homme. Mais une telle récompense, c'est celle d'un travail de tous les jours avec une brigade.” Et de dédier le trophée à toute

LE GABRIEL

10 PLACE DE LA BOURSE

3000 BORDEAUX

TÉL. : 05 56 30 00 80

[HTTP://RESTAURANT.BORDEAUX-GABRIEL.FR](http://restaurant.bordeaux-gabriel.fr)

LE 7 FÉVRIER DERNIER

Agnès Bricard officier dans l'ordre national du Mérite



Agnès Bricard, vice-présidente du Conseil supérieur de l'ordre des experts-comptables et officier dans l'ordre national du Mérite.

Au cours d'une cérémonie qui s'est déroulée le 7 février dernier dans les locaux du cabinet Audit Conseil ABC, **Paulette Laubie**, présidente de l'Union des femmes décorées de la Légion d'honneur, a remis les insignes d'officier dans l'ordre national du Mérite à **Agnès Bricard**, vice-présidente du Conseil supérieur de l'ordre des experts-comptables. Dans une ambiance amicale et

familiale, les proches d'Agnès Bricard, qui accèdera le mois prochain à la présidence de l'ordre des experts-comptables, avaient tenu à rendre hommage à une personnalité d'exception reconnue pour ses compétences, son énergie et sa volonté au service de son entreprise, de sa profession et de sa famille.

L'Hôtellerie Restauration présente ses vives félicitations à Agnès Bricard.

LE MONTANT DE LA TRANSACTION RESTE CONFIDENTIEL

MARIE ET ROGER SENDEL VENDENT 'LE CLOU'

Strasbourg (67) Depuis dix-huit ans, Marie Sengel animait la winstub, seule adresse strasbourgeoise dotée d'un Bib Gourmand. Son mari, Roger, président de l'Umih Alsace et Bas-Rhin, l'y avait rejointe en 2001. La retraite approchant, le couple s'est séparé de l'affaire au profit Jean-Noël Dron, qui possède déjà une demi-douzaine d'établissements strasbourgeois.

J'ai confiance en l'intelligence de Jean-Noël pour conserver les recettes et s'appuyer sur l'équipe qui ont fait le succès du Clou." Voilà le décor planté par Roger Sengel, à l'occasion du rachat de son établissement.

L'affaire a été conclue rapidement, par "une poignée de main" selon le président du groupement des hôteliers et restaurateurs du Bas-Rhin et d'Alsace (Umih). De fait, c'est à l'été dernier que s'est jouée la négociation, scellée ces jours-ci avec l'entrée en lice des notaires. Le secret a été bien conservé. Guère étonnant de la part de Jean-Noël Dron, qui cultive la discrétion, un peu moins de la part des Sengel, plutôt expansifs. Et dans cette affaire, Roger Sengel tient à rendre hommage à son épouse : "Marie est extrêmement généreuse, elle a beaucoup donné aux clients." Quand on demande ce que le couple va faire désormais, à part s'occuper des enfants et petits-enfants, Roger Sengel ironise : "Marie répond aux clients : 'J'irai à l'opéra et puis manger au Clou'."



Après quarante-deux ans passés dans le métier, Roger Sengel a pris sa retraite le 1^{er} février dernier.

La winstub Le Clou fait partie des rares établissements de Strasbourg qui servent après 22 heures.

Roger Sengel conserve la présidence de l'Umih 67

Il est vrai que la winstub fait partie des rares restaurants strasbourgeois qui servent après 22 heures. Quant à Roger Sengel, il vient officiellement de prendre sa retraite de restaurateur au 1^{er} février, après une carrière de quarante-deux ans. Mais il conserve ses mandats à l'Umih (il va se présenter à nouveau en juin pour la présidence départementale), et ses multiples casquettes dans le tissu socio-économique local. Le Clou va donc rester un restaurant de ter-



roir et de goût, y compris après le 1^{er} juin, quand il sera passé dans le giron de Trasco, la holding de Jean-Noël Dron, qui comprend une demi-douzaine de restaurants, dont la Maison Kammerzell, et une centrale d'achats. "Le Clou n'était pas à vendre, nous avons juste saisi une opportunité avec le prix qui correspondait à ce qu'il vaut", explique

Roger Sengel. Bien entendu, ce prix restera confidentiel. **Flora-Lyse Mbella**

WINSTUB LE CLOU
3 RUE DU CHAUDRON
67000 STRASBOURG
TÉL. : 03 88 32 11 67
WWW.LE-CLOU.COM

EN BREF

Accor lance AccorJobs, son nouveau site mondial de recrutement

Avec plus de 3,7 millions de visites en 2010, le site de recrutement international AccorJobs propose plus de 17 000 offres d'emploi et de stage dont près de 5 000 en France où AccorJobs fonctionne exclusivement par C.V. anonyme depuis juillet 2009. Décliné en 12 langues, le site propose maintenant des fonctionnalités élargies, en plus d'une nouvelle ergonomie, à plus de 250 000 candidats dans le monde chaque année.

Des informations adaptées à chaque pays

- un compteur d'offres global en temps réel, déclinable par métier, marque, pays ;
- les dernières ouvertures d'hôtels et les salons de recrutement où le groupe est présent ;
- des témoignages de collaborateurs illustrant les différents métiers dans l'ensemble des marques ;
- des conseils pour postuler ;
- une carte interactive présentant tous les hôtels du groupe.

Des fonctionnalités supplémentaires accessibles à tout instant

- possibilité de créer son compte pour déposer son C.V., s'inscrire pour recevoir les dernières offres par e-mail et suivre ses candidatures dans son espace candidat ;
- résumé des offres sélectionnées et recherche affinée ;
- fiche détaillée de l'hôtel avec photo pour chaque offre de poste.

www.accorjobs.com

L'HÔTELLERIE-RESTAURATION CONCENTRE 5,4 % DES RÉCLAMATIONS

En 2010, la répression des fraudes a constaté moins de plaintes

Selon le bilan présenté par le secrétaire d'État chargé de la Consommation, Frédéric Lefebvre, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a enregistré 92 253 plaintes en 2010, soit 17 % de moins qu'en 2009.

Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État chargé de la Consommation, a présenté le bilan de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). En 2010, le baromètre des réclamations de la DGCCRF a enregistré 92 253 réclamations de la part des consommateurs, soit une baisse de 17 % par rapport aux 110 701 plaintes enregistrées en 2009. Le secrétaire d'État lie notamment ces bons résultats à la mise en place de médiateurs qui ont eu un rôle primordial lors de l'éruption du volcan islandais Eyjafjöl.

Quatre secteurs d'activités concentrent plus de 70 % des réclamations, avec, dans l'ordre décroissant, la commercialisation des produits non alimentaires - dont le commerce électronique - (24,5 %), la communication et la téléphonie (18,2 %), les travaux et réparations à domicile (16,7 %), le secteur transports/véhicules (12,1 %). Le secteur de l'hôtellerie, restauration, tourisme arrive en 5^e position, avec 5,4 % de réclamations, en très légère diminution par rapport à 2009 (5,5 %).

Les priorités d'actions pour 2011

Frédéric Lefebvre a fixé à la DGCCRF ses priorités pour l'année 2011 : promouvoir davantage de qualité et de transparence, renforcer les droits et la protection des consommateurs. Il a présenté des plans d'actions spécifiques axés sur la régulation du commerce électronique et la qualité de l'alimentation. Pour le premier volet, cela se traduira notamment par le lancement d'enquêtes précises pour lutter contre les faux avis de consommateurs sur internet et les pratiques déloyales dans le secteur de la réservation d'hôtels en ligne.

En matière de qualité alimentaire, Frédéric Lefebvre a rappelé les grandes lignes de son plan d'action présenté à Rungis le 19 janvier : • renforcement du contrôle des obligations contractuelles dans la réalisation des marchés publics de produits alimentaires ;



Frédéric Lefebvre présente le bilan de la DGCCRF en 2010 ainsi que ses priorités d'action pour 2011, en présence de Nathalie Homobono, directrice générale de la DGCCRF.

- amélioration de l'étiquetage des produits alimentaires en faisant aboutir le règlement européen relatif à l'information du consommateur et en préparant son entrée en vigueur avec les professionnels ;
- valorisation des engagements volontaires des professionnels en matière de qualité alimentaire ;
- lancement par les professionnels de la grande distribution d'un panier de produits frais, équilibrés et de qualité, à tarif économique.

La qualité de l'alimentation donne aussi lieu à des contrôles qui sont renforcés durant la saison estivale et les fêtes de fin d'année (123 000 actions de contrôle auprès de 28 000 établissements). Parmi les manquements relevés : fausses allégations valorisantes (poulet de batterie présenté comme du poulet fermier, par exemple), traçabilité insuffisante, non-respect des dates limite de consommation et des températures de conservation, défaut d'hygiène des établissements...

Pascale Carbillat



LA BOURSE

B. Loiseau
+ 0,00 % →

Groupe Flo
+ 7,69 % ↗

Sodexo
- 0,81 % ↘

ÉVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 07 ET LE 14-02-11

SUR UN CRÉNEAU DIFFÉRENT TOUT EN RESPECTANT LE MÊME ESPRIT

Inaki Aizpitarte ouvre Le Dauphin en complément du Chateaubriand

Paris (XI^e) À deux pas de son premier établissement, classé meilleur restaurant français par la revue britannique 'Restaurant Magazine', le chef ouvre une deuxième table, toujours avec ses trois associés.

À u dernier classement des meilleurs restaurants de la planète établi par la revue britannique *Restaurant Magazine*, le Chateaubriand occupe la 11^e place et la première pour un établissement français. Décrit ou respecté, ce palmarès est une bénédiction pour cette table qui a bénéficié d'une publicité formidable avec l'afflux des journalistes venus découvrir la nouvelle pépite de la cuisine. Les clients adhèrent, si bien que le Chateaubriand n'ouvre plus aujourd'hui que le soir avec un menu unique à 50 euros. Et il fait le plein pendant ses 5 services.

Un succès dû aussi à une équipe soudée comprenant **Frédéric Péneau**, associé depuis le départ, **Franck Audoux** en salle et **Laurent Cabut**, second de cuisine devenu membre à part entière du binôme créatif en cuisine avec **Inaki Aizpitarte**. Le quatuor, bien décidé à réaliser d'autres projets ensemble, saute sur l'occasion lorsque l'établissement situé deux numéros plus loin est mis en vente. Les associés viennent donc d'ouvrir une nouvelle table, et ce sans trop de difficultés. "Il est certain qu'il est beaucoup plus facile de convaincre les banques quand on a déjà un restaurant comme le Chateaubriand. C'est une force d'avoir un lieu mondialement connu", reconnaît Laurent Cabut.

"Pas un concept mais un lieu de vie moderne et accessible"

Le Dauphin n'est pas sur le même créneau (ticket moyen à 50 euros contre 90 à 100 euros au Chateaubriand), mais respecte le même esprit. La filiation est indéniable, dans l'assiette comme dans le service. "On trouve des touches de Chateaubriand mais ici on a le choix", souligne Laurent Cabut. Au déjeuner, le choix se limite à deux plats, deux entrées, deux desserts. Le restaurant propose une formule à 23 euros au déjeuner (entrée + plat ou plat + dessert) ou 27 euros (entrée + plat + fromage ou dessert). Le soir, le client construit son menu en piquant dans les propositions (une trentaine) qui tournent autour de 10 euros. La carte se compose non pas de tapas mais de petits plats cuisinés : Onglet wagyu, chou, olive ; Cévice, eau de concombre ; Pétoncles, lard de



Inaki Aizpitarte.

Le bar central, pièce maîtresse du Dauphin.



LE DAUPHIN
131 AVENUE PARMENIER
75011 PARIS
TÉL. : 01 55 28 78 88

colonnata ; Poulpe tandoori... Les garnitures sont au choix : écrasé de vitelote, betterave-faisselle, risotto à l'encre. Et toujours des vins nature exclusivement (30 à 134 euros la bouteille, 5 euros au verre).

Ouvert du mardi au samedi, sauf samedi midi, le restaurant de 45 couverts emploie 2 personnes en salle et 3 en cuisine. Mais les associés sont bien là pour assurer la bonne marche, particulièrement pendant cette période de lancement. Il vaut mieux être nombreux car le bouche à oreille a évidemment bien fonctionné, à commencer par les clients du Chateaubriand. Une clientèle jeune, branchée, arty, qui apprécie aussi le nouveau cadre (80 m² dont 15 pour les cuisines), résultat de près de quatre mois de travaux. Un écrin entièrement en marbre signé **Rem Koolhaas**, prix Pritzker d'architecture et **Clément Blanchet**, de l'agence OMA. Des stars dans leur domaine et leur première réalisation pour un restaurant. "Ce n'est pas un concept mais un lieu de vie moderne et accessible. Nous avons imaginé un projet sur les matières. La salle dans la cuisine et inversement. Les miroirs font entrer la rue. Aux beaux jours, on ouvrira et le bar sera dans la rue. L'asphalte collé au marbre, c'est improbable, non ?" dit le jeune chef enthousiaste. Le projet est devenu réalité. Le Dauphin, qui a conservé son ancien nom, réalise 100 couverts/jour. Forcément, d'autres projets sont dans les cartons.

Nadine Lemoine



Laurent Cabut, Franck Audoux et Frédéric Péneau, les associés du Dauphin.

AFIN DE LAISSER LIBRE COURS À SA CRÉATIVITÉ

Esens'All : Laurent Pichareaux abat les cartes

Paris (XVII^e) Ce restaurant invite à la découverte des surprises concoctées par le chef. Car ici, pas de carte : pour les plats comme pour les vins, le client doit se laisser guider par les suggestions de la responsable de salle, Laetitia Ferreira.

Originaire de Poitou-Charentes, **Laurent Pichareaux** s'est expatrié pendant plus de dix ans à Londres avant de revenir en France pour parfaire son expérience dans des restaurants étoilés.

À 40 ans, il décide de s'installer à Paris pour ouvrir sa propre affaire. "Je ne connaissais pas trop Paris, et je n'y avais pas de contacts. Cela a été difficile dans un premier temps, mais j'étais plus que déterminé à trouver un lieu qui me corresponde", confie-t-il. Après quelques recherches, il a un coup de cœur pour un bistrot italien qu'il restaure entièrement. Il faudra huit mois de travaux avant qu'Esens'All ouvre ses portes, en octobre dernier. "J'ai dû tout refaire, penser à la déco, et faire en sorte que tout soit en accord avec mon concept", ajoute le chef. La décoration de cet établissement de 24 places assises est originale : lumière tamisée, guirlandes lumineuses rose fuchsia, boules de verre suspendues au-dessus des tables...

Éviter les préjugés sur les produits

Ici, il n'y a pas de carte, et c'est précisément le concept. Quand le client entre, il ne sait donc pas à quoi s'attendre. Aucun menu n'est donné, seule **Laetitia Ferreira**, la responsable de salle - sommelière de formation -, donne un indice avec le produit principal. "En faisant ce choix, je souhai-



Laurent Pichareaux, chef et propriétaire de Esens'All et Laetitia Ferreira, responsable de salle et sommelière de formation.

tais laisser libre cours à ma créativité : travailler en fonction de l'arrivée et des produits de saison. D'autre part, je voulais que ma clientèle fasse des découvertes culinaires et parte dans l'inconnu, dans un esprit ludique", déclare Laurent Pichareaux. Laetitia Ferreira ajoute : "Cela évite les préjugés sur tel ou tel produit : on veut que la personne goûte et qu'elle donne son avis ensuite."

La cuisine du chef repose sur des saveurs et des textures créatives, élaborées avec des techniques modernes (siphon, cuisson sous vide, glace car-

bonique...). On peut ainsi lever le voile sur le Potiron confit servi avec un colvert glace au cacao, écume de betterave ou sur le Yaourt lyophilisé et meringue au basilic et huile d'olive. Du côté de la cave (30 références), c'est la même chose, on se laisse guider. Deux formules sont proposées le midi : 3 ou 4 plats (29,50 € et 36 €) et deux le soir : 6 services (48 €) et 8 ou 9 interprétations (65 €). Même si le chef avoue que "cela demande une certaine confiance de la part du client", ces derniers repartent ravis, grâce notamment à la grande complémentarité entre cuisine et salle. **Hélène Binet**

ESENS'ALL
12 RUE DULONG
75017 PARIS
TÉL. : 01 42 27 66 71
WWW.ESENSALL.COM



L'une des nombreuses surprises du chef.

À LA TÊTE DE LA CUISINE À MANGER DE L'ERMITAGE DEPUIS 2007

Audrey de Pouilly, mère lyonnaise à double titre

Saint-Cyr-au-Mont-d'Or (69) Digne héritière des légendaires 'mères lyonnaises', cette jeune cuisinière qui privilégie la convivialité est aussi la maman de Lou, 2 ans et demi. Elle concilie parfaitement ses deux rôles.

La Cuisine à manger de l'Ermitage Hôtel, établissement situé au sommet du mont Cindre, à une dizaine de kilomètres de la place Bellecour de Lyon. C'est là qu'évoque **Audrey de Pouilly**, dans un établissement dont le nom ne doit rien au hasard : "Une vraie salle à manger, une cuisine ouverte qui me permet de voir les clients et de leur faire un petit coucou. Cela me plaît. C'est sympathique et convivial." La convivialité, maître mot dans son vocabulaire de cuisinière, celui qui, en tout cas, a déclenché sa vocation. Au début, pour faire plaisir à ses parents, elle passe le baccalauréat et fait des études littéraires et de langues. Elle travaille dans le commerce, mais sait que sa vie n'est pas là. "Il y avait **Marguerite** et **Suzanne**, mes grands-mères, et **Marguerite**, ma mère, toutes d'excellentes cuisinières. Je faisais les fromages avec elles et je me souviens des délicieux ragoûts ! Leur cuisine misait sur la simplicité, la générosité et la convivialité." Trois mots qu'elle a repris à son compte dès son arrivée à la tête de la cuisine de ce restaurant, le 21 mai 2007, où **Victorien**, son compagnon (et père de **Lou**, sa fille de 2 ans et demi), est pâtissier. Et auparavant ? C'était plus difficile car "une femme dans une brigade doit toujours prouver deux fois plus", mais elle s'en est accommodée : "Même si j'en ai parfois bavé, j'ai toujours voulu faire plus et j'ai pu prouver que si on est là pour travailler, ça bascule vite."

"Quand on fait ce métier, il faut avant tout aimer les gens"

Chef de cuisine, donc, avec l'homme qui partage sa vie. Complicé ? "Nous nous sommes rencontrés lors de l'ouverture de L'Ouest, la brasserie de **Paul Bocuse**. Je ne saurais pas faire sans lui. Il est plus technique et je ne travaille pas de la même manière, mais nous sommes très complémentaires. Et c'est parfois lui qui fait passer les messages à la brigade. L'essentiel est que la cuisine tourne



Audrey de Pouilly a "cette envie d'un petit restaurant convivial et sans chichis".

et que les clients soient contents. Quand on fait ce métier, il faut avant tout aimer les gens", explique Audrey de Pouilly. Elle sait qu'un jour, elle aura sa propre affaire avec **Victorien** et **Lou**. Inéluctable ! "Il y a cette envie d'un petit restaurant convivial et sans chichis, comme ceux où mon père m'emmenait quand j'étais gamine. Les 'mères lyonnaises' ? Je m'en sens proche même si je ne suis pas certaine que La Mère Audrey sonne bien. Elles étaient là pour faire plaisir aux clients et il n'y avait aucune notion de compétition avec les autres cuisinières. C'est comme cela que je vois mon métier. Lorsqu'on est en cuisine et mère de famille, on a les mêmes problèmes. Je culpabilise parfois de ne pas voir ma fille plus souvent, je sais que c'est très féminin. C'est terrible."

Jean-François Mesplède

LA CUISINE À MANGER DE L'ERMITAGE

CHEMIN DE L'ERMITAGE
MONT CINDRE
69450 SAINT-CYR-AU-MONT-D'OR
TÉL. : 04 72 19 69 69
WWW.ERMITAGE-COLLEGE-HOTEL.COM

UNE BELLE RÉUSSITE

L'Armoise : tous les arômes du Chesnay

Le Chesnay (78) Première affaire du jeune chef **Florian Grundeler**, l'Armoise, restaurant gastronomique, a décroché deux fourchettes au *Michelin* dès la première année d'exploitation. Pour le jeune chef de 28 ans, c'est le fruit d'un maître mot : le travail.

Florian Grundeler ne se prédestinait pas à devenir cuisinier. Après un bac ES, il s'inscrit en faculté d'histoire. "Mais je n'envisageais pas mon avenir dans cette branche", dit-il. Disposant d'une certaine culture culinaire, il s'inscrit à l'école Grégoire Ferrandi : "En suivant cette formation, j'ai pu travailler avec des grands chefs comme **Gérard Besson** ou **Alain Pérouret**." Aujourd'hui, **Florian Grundeler** contrôle tout de A à Z, raison pour laquelle son établissement ne compte que 26 couverts. "La restauration gastronomique n'est pas un métier où l'on compte ses heures", assure-t-il. Les débuts n'ont pourtant pas été simples : "Nous avons ouvert en novembre 2008, en pleine crise économique. Cela relevait du pari : ça a marché."



"Satisfaire une clientèle très exigeante"

"Je change la carte tous les deux mois, précise **Florian Grundeler**, car je suis le rythme des saisons, c'est primordial pour la qualité des produits. Ainsi j'arrive à satisfaire la clientèle de mon restaurant, qui est très exigeante." Mais qualité ne veut pas dire prix exorbitants, et le chef serre les coûts au maximum. "Nous sommes deux en cuisine, un apprenti et moi-même, et c'est ma mère qui s'occupe de l'accueil ainsi que de la salle." Voilà pour le personnel. La carte propose des menus allant de 38 à 48 €, et deux formules le midi à 31 et 33 €. "Mon taux de remplissage le midi est encore faible, en revanche, le soir et le week-end, je refuse du monde", explique le chef. **Florian Grundeler** aime associer des saveurs. "J'ai appris les bases à l'école. Les chefs dont j'ai été l'apprenti m'ont donné le goût du travail, et ma curiosité intellectuelle me pousse à faire de la recherche dans l'association des saveurs. Sans réflexion, la cuisine resterait figée, immobile."

A. J. A

L'ARMOISE

41 ROUTE DE RUEIL - 78150 LE CHESNAY
TÉL. : 01 39 55 63 07
WWW.RESTAURANT-LARMOISE.FR

"IL DONNE LE TON D'UN LIEU À PART", DIT DE LUI GILLES PUDLOWSKI

Un bistrot d'or pour Jean-Paul Arabian

Déjà distingué en 2008 par le Pudlo, avec un prix du Bistrot de l'année, le chef est de nouveau mis à l'honneur.



De gauche à droite : **Hugues Aufray**, **Jean-Paul Arabian**, **Frédéric Lefebvre**, **Gilles Pudlowski**, **Guy Savoy**, **Yannick Alléno**, **Estelle Touzet** et **Jacques Toubon**.

Gilles Pudlowski a rendu un bel hommage à **Jean-Paul Arabian** lors de la soirée de lancement du Pudlo Paris 2011 au Shangri-La Hotel Paris : "Cinquante ans au service la restauration, ça se fête. **Jean-Paul Arabian**, qui démarra tout jeune au Palm Beach de Cannes, servit **Jean Gabin** au temps de *Mélo* en sous-sol et **Henri Salvador** alors qu'il était jeune stagiaire. Il a été chef de

rang chez *Maxim's*, avant de travailler pour son compte, d'être aubergiste de luxe - le Restaurant place du Théâtre à Lille, puis *Ledoyen* à Paris - avec son épouse **Ghislaine**, est devenu bistrotier de cœur - Pierre au Palais Royal et enfin le *Caméléon* rue de Chevreuse. Le Pudlo Paris 2008 en avait fait son bistrot de l'année. Il raconte, édite, invoque, se moque des modes du temps, remet en vogue les poireaux vinaigrette, le fameux foie de veau épais comme l'avant-bras et le nougat glacé. Bref,

il donne le ton d'un lieu à part où la convivialité n'est pas un vain mot." Un hommage qui a pris la forme d'un Bistrot d'or, confectionné pour lui par **Michel Bernardaud** et remis par **Gilles Pudlowski** devant plus de 600 personnes, dont le maire du VI^e arrondissement, **Jean-Pierre Lecoq**, **Frédéric Lefebvre**, secrétaire d'État au Commerce, au Tourisme et à l'Artisanat, et ses amis **Lise** et **Jacques Toubon**, ancien ministre de la Culture.

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

DANS 50 DE SES RESTAURANTS

McDonald's teste le service à table

L'enseigne souhaite ainsi diminuer les files d'attente derrière ses comptoirs, notamment pour les clients commandant leurs menus sur des bornes automatiques, et pour ceux fréquentant les McCafé.

rente-deux ans après l'ouverture de son premier établissement en France, McDonald's, leader de la restauration commerciale dans l'Hexagone (3,9 milliards d'euros HT sous enseigne fin 2010), teste le service à table dans 50 de ses enseignes, jusqu'à la fin de l'année 2011. "Si ce test est concluant, [le service à table] pourrait se déployer sur l'ensemble des restaurants en 2012. Rien n'est définitif, nous donnerons notre conclusion à la fin de l'année", déclare **Jean-Pierre Petit**, p.-d. g. de McDonald's France. L'objectif visé est de réduire les files d'attente dans les McCafé et pour les clients qui passent leurs commandes sur des bornes automatiques. À ce jour, 800 McDo en sont équipés. Quant aux McCafé, qui proposent boissons chaudes, viennoiseries et pâtisseries, il en existe 120 en France.

Élargir sa clientèle

Adopter le service à table est aussi, pour McDonald's, un moyen de se rapprocher du service en salle à la française. Les modes de commande et de paiement sont également diversifiés : McDrive à l'extérieur, bornes à l'intérieur en plus des commandes au comptoir, internet est même envisagé pour l'avenir. Enfin,

Service à table mis en place dans le restaurant situé dans l'aéroport d'Orly.



côté produits, l'enseigne lance un burger avec un steak haché 100 % viande de bœuf de race charolaise et un sandwich Premio parmesan, fin février.

Hélène Binet

TROIS PRODUITS PRINCIPAUX : BURRITOS, TACOS, SALADES

Cactus ouvre son premier tex-mex à Paris

Paris (IX^e) Ce segment est encore peu exploité en France, alors qu'il rencontre un grand succès outre-Atlantique.

es recettes proposées par l'enseigne Cactus sont directement inspirées de la cuisine mexicaine. "Mes deux associés ont voyagé aux États-Unis et ont découvert l'enseigne Chipotle - restauration rapide Mexican grill -, très appréciée par les Américains. L'idée de Cactus est partie de là : on s'est aperçu que l'offre n'était pas développée en France mais qu'elle y avait sa place", confie **Gwenaëlle David**, qui s'occupe de la partie opérationnelle. Après deux ans de réflexion, le projet aboutit et un local est trouvé dans le IX^e arrondissement de Paris. D'une superficie de 70 m² (cuisine comprise) et proposant 37 places assises, il a ouvert ses portes fin septembre. Le lieu est convivial, grâce à des couleurs chaudes évoquant le Mexique, et fonctionnel.



Gwenaëlle David, associée et gérante du premier point de vente de Cactus.

'Build-it-yourself'

"Nous avons élaboré notre carte avec l'aide d'un chef étoilé,

en déclinant des plats d'origine mexicaines adaptés aux attentes des Français en matière de saveurs. Tous les produits sont frais et travaillés dans notre établissement. On a le droit de manger bon et sain en restauration rapide", ajoute Gwenaëlle David. Le concept s'inspire donc de la cuisine tex-mex, avec trois produits principaux : les burritos, les tacos et les salades. Le principe ? Sur la base d'un 'build-it-yourself', le client choisit dans un premier temps sa formule au comptoir (8,50 ou 9,50 €). Il est ensuite invité à sélectionner viandes et ingrédients pour son burrito, ses tacos ou sa salade, dont la signature 'maison', le guacamole. Chaque commande est personnalisable : "Le client aime participer à l'élaboration de son repas. On lui laisse le choix de concocter son plat, sous ses yeux." Les petits plus de l'offre : un café gratuit si le règlement se fait avant 12 h 30 et une carte de fidélité. Ouvert du lundi au vendredi (de midi à 15 heures), l'enseigne attire environ 150 clients par jour. Un succès qui donne aux associés de Cactus l'envie d'ouvrir un 2^e point de vente à Paris d'ici à la fin de l'année. **H. B.**

UN RAPPORT QUALITÉ-PRIX IMBATTABLE

La Pataterie vise les 300 unités à l'horizon 2017

Les restaurants du groupe ont servi l'an dernier plus de 4,2 millions de clients, contre 2,8 millions en 2009.

Fondée en 1996 à Limoges par un ancien restaurateur, l'enseigne continue sa progression : on dénombre désormais 80 Patateries sur le territoire national. Avec un CA de 65 M€, le groupe dirigé par **Jean-Christophe Pailleux** a servi l'an dernier plus de 4,2 millions de clients, contre 2,8 millions en 2009. Sur les douze derniers mois, 30 établissements ont été créés, le parc ayant doublé ses effectifs depuis deux ans. Une croissance qui se veut le résultat d'un concept bien pensé - 7 plats de pommes de terre, 7 jours sur 7, midi et soir - et un rapport qualité-prix imbattable. Autre point fort : un partenariat efficace entre franchiseur et franchisés, garant d'une rentabilité rapide. "Nous allons maintenir ce rythme soutenu d'ouvertures pour renforcer notre maillage, révèle Jean-Christophe Pailleux. Nous envisageons une installation à Paris, ainsi qu'à l'étranger, et nous voyons dans notre succès la preuve que nous sommes dans l'air du temps, sur une idée et un service rendu qui défient la crise". Le réseau espère pour 2011 atteindre les 110 unités, pour 90 M€ de CA, grâce au soutien de ses banques et aux taux d'intérêts particulièrement bas. Selon Jean-Christophe Pailleux, "un déploiement massif d'acquisition du patrimoine foncier" est envisagé, la chaîne visant les 300 restaurants d'ici à 2017. Ses fondamentaux resteront inchangés : ciblage de villes de taille moyenne en province, segment économique premium (ticket moyen à 17 €) et un positionnement basé sur les enfants, la fidélisation et des modes d'accès faciles. Des plats généreux, servis dans le cadre bucolique d'une vieille grange, dont les vieux objets et les décors sont fournis par une société filiale. **Jean-Pierre Gourvest**

CACTUS

48 RUE LAFFITTE • 75009 PARIS

WWW.CACTUS-RESTAURANT.FR



SANDWICH & SNACK

SHOW

LE RENDEZ-VOUS LEADER SUR LE MARCHÉ DU SNACKING & DE LA CONSOMMATION NOMADE

THE LEADING EVENT FOR THE SNACK & FOOD-ON-THE-GO MARKET

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

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

équipements
equipments

services

produits
products

consommables
consumables

technologie
technology

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

Organisé par Reed Expositions

DÉVELOPPÉ PAR FRÉDÉRIC VARDON

Zinc, la gastronomie en zone industrielle

Gennevilliers (92) Situé dans un lieu peu commun, ce restaurant dispose d'une déco qui contraste avec l'environnement extérieur.

En 2008, nous avons créé un fonds d'investissement, Corfou, spécialisé dans la mise en place de nouveaux concepts de restauration et le développement de réseaux de franchise, afin de nous développer dans les pôles tertiaires des grandes agglomérations", déclare **Frédéric Vardon**, directeur associé dudit fonds. En parallèle, deux concepts ouvraient simultanément : Zinc (qui s'écrit Z!nc), à Gennevilliers (92), et La Cantine d'Eugé-



Frédéric Vardon, directeur associé de Corfou, et à l'origine du concept Zinc à Gennevilliers (92).

nie, à Biarritz (64). Puis, en septembre dernier, c'était le tour du 39V, à Paris (VIII^e). Après avoir fait ses classes chez **Alain Chapel**, de 1988 à 1994, Frédéric Vardon a sillonné le monde en tant que corporate chef pour **Alain Ducasse**. Il aime prendre des risques, comme le prouve son concept Zinc, situé en plein cœur d'un pôle industriel.

Un pari audacieux

"Le pari était d'ouvrir dans un endroit atypique et inattendu, où les gens viennent travailler. Ce n'est pas parce qu'on se trouve à Gennevilliers qu'on ne peut pas offrir une restauration haut de gamme. Un concept réussi tourne autour de trois critères : un lieu, une décoration et la qualité de la restauration", explique le chef. Mais, pourquoi Zinc ? "Ce nom rappelle à la fois un comptoir de brasserie et une matière qu'on utilise dans le bâtiment. Quant au i à l'envers, il représente un point d'exclamation, c'est exactement ce que nous sommes : une exception située au milieu d'un pôle tertiaire", ajoute-t-il. Implanté dans une zone qui "attire quotidiennement les semi-remorques", cet ancien entrepôt transformé en brasserie dispose de larges espaces : une salle de 200 m²



Zinc : une capacité d'accueil de 174 couverts répartis sur 200 m² et deux niveaux.

avec une hauteur sous plafond de 6 mètres.

La déco, confiée à l'architecte designer **François Wapler**, joue sur les matières et les couleurs, dans des tons beige et améthyste : mur tapissé de longues fleurs grimpantes à l'entrée, façade à effet miroir, banquettes spacieuses, grand lustre central... D'une capacité de 174 couverts, le restaurant est ouvert le midi, du lundi au vendredi, et privatisable le soir et le week-end.

Du côté des fourneaux, la carte évolue au gré des saisons et des envies du chef, **Alexis Godet**, qui propose des plats traditionnels - Parmenier de confit de canard gratiné à l'emmental, Blanquette de saumon en cocotte... - dans trois formules à 19 € (plat + boisson), 23,50 € (entrée

+ plat ou plat + dessert) et 28,80 € (entrée + plat + dessert). Le ticket moyen avoisine les 30 € et l'établissement affiche complet le midi (30 000 couverts par an).

Un deuxième Zinc est-il en préparation ? "Nous souhaitons dupliquer le concept à Bordeaux-Pessac et à Lyon dans les deux années à venir. Dans le courant du 2^e semestre 2012, nous allons faire une version urbaine dans le IX^e arrondissement de Paris." Frédéric Vardon ne manque décidément pas de projets.

Hélène Binet

ZINC

101 AVENUE LOUIS ROCHE
92230 GENNEVILLIERS
TÉL. : 01 47 93 82 42

WWW.RESTAURANT-ZINC.COM

Vous cherchez un **EMPLOI** dans l'**HÔTELLERIE RESTAURATION** ?



ENTRÉE LIBRE
SE MUNIR DE CV



Stalingrad - Lignes 2 et 5
Marx Dormoy - Ligne 12
Riquet - Ligne 7

Salon
LHR → Emploi

JEUDI 10 MARS 2011 • 9 H-18 H

AU CENTQUATRE

104 RUE D'AUBERVILLIERS • PARIS 19^E

Un événement organisé par **L'Hôtellerie Restauration**

Préparez votre visite sur

WWW.LHR-EMPLOI.FR

SURPRENDRE LES CLIENTS TRADITIONNELS TOUT EN S'OUVRANT AUX FAMILLES

Le Pullman Antigone de Montpellier se rénove pour rester au sommet

En collaboration avec la ville de Montpellier, 5,5 M€ ont été engagés dans la rénovation de l'établissement et des alentours. Les travaux sont réalisés à partir d'un nouveau concept d'aménagement et de décoration baptisé 'L'Éveil des sens'.

L'hôtel Pullman Antigone de Montpellier fête ses vingt ans d'existence par un traitement de jeunesse choc, avec la rénovation complète des 89 chambres de ce 4 étoiles adossé au grand complexe commercial du centre-ville, Le Polygone. Les travaux importants, qui s'achèveront le 31 mai prochain, ont été lancés avec la mairie, qui s'occupe de son côté d'aménager les abords du Pullman. La rénovation est un véritable projet urbain (appelé Grand Cœur) destiné à améliorer l'accessibilité et une meilleure interconnexion entre l'hôtel et le centre-ville de Montpellier. L'aménagement d'un nouvel espace bar-lounge de 100 m² au rez-de-chaussée et un restaurant bistronomique sur la terrasse du huitième étage (sous l'autorité du chef **Philippe Puyuelo**) permettront à l'établissement de s'ouvrir davantage à une clientèle locale.

"Convivialité, sérénité et connectivité"

Pour mener à bien les travaux de décoration et d'agencement intérieur, la direction du Pullman Montpellier s'est basée sur une thématique originale baptisée 'L'Éveil des sens'. "Nous avons voulu surprendre nos clients traditionnels tout en restant très attachés à tous les référentiels de l'enseigne", explique **Célia Chambon**, directrice générale de la branche hôtelière de Socri (groupe propriétaire du Pullman Antigone). "Le plan de rénovation se décline à travers ces trois mots qui représentent notre identité : convivialité, sérénité et connectivité." Une philosophie qui doit être ressentie "par



Le franchisé Socri consacre un million d'euros à la création d'un parvis devant l'hôtel.

tous les sens" : couleurs chaudes, bruissement des fontaines, tissus soyeux, senteurs florales et saveurs gastronomiques... Sept mois de travaux et un investissement de 5,5 M€ ont permis de créer une nouvelle suite de 50 m² et d'aménager 300 m² de salons dédiés aux activités d'affaires (80 % de la clientèle) avec un Executive Boardroom de



Le futur bar-lounge du Pullman Antigone : un espace de 100 m².

30 m² et un secrétariat privé à disposition.

"Nous avons aussi profité de cette rénovation pour augmenter le nombre de chambres communicantes, afin de répondre aux attentes des familles, dont la demande augmente sensiblement, notamment le week-end et en été", ajoute le directeur de l'hôtel, **Thierry Maurer**. Cette clientèle pourra aussi profiter de la piscine chauffée avec jacuzzi intégré, d'une 'douche expérience' multi sensorielle et de l'espace fitness. Des atouts supplémentaires pour améliorer le RevPAR du Pullman Antigone, et peut-être aussi un taux d'occupation qui atteint déjà aujourd'hui 70 % à l'année.

Francis Matéo

PULLMAN MONTPELLIER ANTIGONE

1 RUE DES PERTUISANES
34000 MONTPELLIER
TÉL. : 04 67 99 72 72
WWW.HOTELMONTPELLIERANTIGONE.COM

À L'HÔTEL STRATO

Réunion annuelle des Clefs d'or de la région Rhône-Alpes à Courchevel

De nombreux thèmes ont été abordés pendant ces deux jours de rencontres.

Une quinzaine de concierges de Courchevel et de Megève ont pu échanger sur leur métier, son évolution, et sur des projets pour dynamiser encore plus cette région très prisée par une clientèle internationale exigeante. Les concierges de Courchevel avaient organisé un week-end de rêve avec une soirée à l'hôtel Strato, propriété de **Laurent et Janine Boix-Vives**, et un dîner au restaurant 2 étoiles *Michelin* de cet hôtel, géré par **Jean-André Charial** et son chef **Sylvestre Wahid**. Le lendemain, les participants ont bénéficié d'une visite des installations du Lana (dirigé par **Franck Brionne**), du Carlina, du Mélezin, du Kilimandjaro, du Palace des neiges, des Airelles (présidé par **Séverine Petilaire-Bellet**), ainsi que du récent Cheval blanc. Au sein de tous ces hôtels de grand luxe officient des concierges Clefs d'or, garants d'un service de haute qualité. Une réunion au Cheval blanc (dirigé par **Éric Boonstoppel**) a permis ensuite d'aborder les thèmes du travail saisonnier, des difficultés pour réunir une équipe chaque année, des aléas de la météo, de l'adaptation aux nouvelles technologies et des nouvelles demandes de la clientèle.



Les concierges de Courchevel réunis au Strato autour de **Lionel Lorans**, président des Clefs d'or France.

SOCIÉTÉ FAMILIALE FONDÉE EN 1988

Relais terres de France va poursuivre ses acquisitions

Richelieu (37) Le spécialiste régional du tourisme vert à thème vient de lever des fonds pour ouvrir de nouveaux resorts dans le Centre-Ouest et le Val de Loire.

Installé à Richelieu, en Touraine, le groupe Relais terres de France est devenu un spécialiste du tourisme écologique. Cette société familiale a été créée en 1988 par **Jean-Marc Bournais**, rejoint par ses deux fils **Charles-Henri** et **Pierre**. Pour accompagner son développement, Jean-Marc Bournais vient de bénéficier de 300 000 € auprès d'Avenir Entreprises, du groupe de la Caisse des dépôts. Cet argent va permettre de poursuivre les acquisitions. Déjà propriétaire du Relais du Plessis, à Richelieu, Jean-Marc Bournais a acquis 3 sites l'an passé : le Moncontour Active Park au sud de Loudun (86), le Domaine Saint-Hilaire (86) et enfin Pescalis (79), près du Puy-du-Fou. C'est pour ce site de 150 hectares, consacré à la pêche et offrant 45 appartements, que l'entrepreneur s'apprête à investir 15 M€ pour créer 128 appartements supplémentaires et un spa de 1 000 m². "Les investisseurs croient à notre projet, explique Jean-Marc Bournais, celui de créer des résidences hôtelières et des équipements de tourisme à la campagne. C'est vrai aussi des tour-opérateurs comme Thomas Cook qui nous accompagnent." Il cherche également à emmener ses résidences hôtelières vers "l'excellence". Le Relais du Plessis a ainsi été l'an passé le premier adhérent de Service en tête dans le Val de Loire à recevoir le label Qualité tourisme. Jean-Marc Bournais souhaite regrouper une dizaine de résidences de tourisme d'ici à cinq ans.



Le Relais du Plessis à Richelieu.

Le Relais du Plessis à Richelieu.

Jean-Jacques Talpin

LA BOURSE

Accor
+ 2,19 % ↗

SBM
- 2,33 % ↘

Hôtels de Paris
- 0,26 % ↘

Club Med
+ 4,08 % ↗

Groupe Partouche
+ 8,50 % ↗

ÉVOLUTION DU COURS ENTRE LE 7 ET LE 14 FÉVRIER 2011

hôtellerie-restauration.fr

APRÈS SON ALLIANCE AVEC GOLDEN TULIP

LOUVRE HÔTELS PRÊT À ENTRER DANS LE TOP 5 DES HÔTELIERS MONDIAUX

Aujourd'hui 2^e hôtelier européen, et 8^e sur le plan mondial, le groupe a récemment annoncé des signatures en Ukraine et en Chine qui montrent sa volonté de se hisser dans le peloton de tête au niveau mondial.

Il aura fallu six mois pour que Louvre Hôtels s'organise après l'absorption de Golden Tulip. "Nous sommes en ordre de marche avec des équipes dédiées et un plan stratégique, ce qui nous permet de passer à la phase d'exécution", déclare **Matthieu Évrard**, directeur du développement international du groupe, pour qui cette stratégie tourne autour de deux axes : le renforcement de la présence de Louvre Hôtels en Europe et son implantation en Inde, en Chine et au Brésil, trois pays à forte croissance dans lesquels l'hôtellerie de chaîne est encore peu développée. Cette démarche complètera celle déjà prise par le groupe qui est 3^e opérateur au Brésil (27 hôtels, 5 400 chambres), dans le top 10 en Inde et au Moyen-Orient (41 hôtels, 5 600 chambres et 2 600 chambres supplémentaires à ouvrir entre 2011 et 2012).

Développer l'hôtellerie haut de gamme dans les pays émergents

Pour autant, toutes les marques, du 1 au 5 étoiles, ne vont pas s'accroître partout. "Nous estimons le potentiel de développement de chaque enseigne dans un pays en fonction de nos partenaires, des opportunités et de la maturité du marché", déclare Matthieu Évrard. En revanche, nous estimons que le plus fort du développement se situe sur l'économique et le milieu de gamme, notamment sur des marchés matures comme l'Europe." Dans les pays émergents, c'est le contraire qui est proposé et le groupe va porter ses efforts en priorité sur l'hôtellerie haut de gamme pour s'attaquer ensuite à l'hôtellerie économique.



Matthieu Évrard, directeur du développement de Louvre Hôtels : "Nous estimons le potentiel de chaque enseigne dans un pays en fonction de nos partenaires, des opportunités et de la maturité du marché."

Cinq autres contrats de management sont attendus avec les marques Royal Tulip, Golden Tulip et Tulip Inn dans plusieurs

grandes métropoles chinoises. Une deuxième phase devrait suivre après 2012 pour développer les marques plus économiques Campanile et Première Classe.

- **Inde** : avec 6 hôtels Tulip Inn et Golden Tulip en 2010 et 15 en 2011, Louvre Hôtels s'implante durablement.
- **Maroc** : en plus des 5 Golden Tulip existants (890 chambres), Louvre Hôtels annonce l'ouverture prochaine d'un complexe hôtelier aux trois enseignes : Campanile, Première Classe et Tulip Inn à Casablanca.
- **Brésil** : grâce à son partenariat avec le groupe BHG, Louvre Hôtels est le 3^e opérateur au Brésil avec 29 hôtels (5 400 chambres) sous les enseignes Golden Tulip et Tulip Inn, sans oublier le Royal Tulip de Brasilia.
- **Russie** : avec un premier hôtel à Sochi, le groupe se laisse un peu de temps pour être présent en Russie et l'envisage à échéance de 2012.
- **Europe** : Louvre Hôtels se renforce en Europe de l'Est et reste très présent au Benelux, terre de prédilection de l'enseigne Golden Tulip.

L'ambition de Louvre Hôtels est de se situer dans le haut du tableau des grandes chaînes hôtelières mondiales. Une politique d'asset right a été mise en place, considérant que les fonds prélevés doivent être utilisés comme des leviers de croissance vers d'autres marchés. Le développement en milieu et haut de gamme sera prédominant et représentera 60 % du plan global, alors que les enseignes économiques comme Campanile et Première Classe représenteront 40 %. Enfin, le désengagement évoqué du fonds d'investissement Starwood Capital du capital de Louvre Hôtels n'affecte en rien le groupe. Selon la direction du groupe, c'est une "stratégie normale des fonds d'investissement" à laquelle Louvre Hôtels est tout à fait prêt à faire face.

Évelyne de Bast



Le Golden Tulip Casablanca (Maroc).

Les modes opératoires sont presque toujours les mêmes et basés sur le partenariat. "Nous n'avons pas vocation à investir dans nos opérations à 100 %, déclare Matthieu Évrard. À chacun son savoir-faire. Chez Louvre Hôtels, nous avons le savoir-faire en gestion hôtelière, nos partenaires sur place ont eux le savoir-faire en immobilier et en développement."

Les principaux projets de Louvre Hôtels sont les suivants :

- **Ukraine** : "Nous avons un partenariat avec la holding Universal Development and Construction pour financer et construire 6 Campanile." Ce n'est qu'un début et le groupe Louvre Hôtels n'exclut pas d'ouvrir d'autres hôtels avec de nouveaux partenaires.
- **Chine** : outre les 3 hôtels que le groupe gère actuellement à Shanghai, Louvre Hôtels vient d'annoncer la signature d'un contrat de management avec YiHe Elderly Care Industry Care Company dédié à la construction de 2 hôtels sur l'île de Hainan, soit 600 chambres, pour 2012 ou 2013.

Le Golden City Munich (Allemagne).



Problèmes de T.V.A. et prestations internet ... Auto liquidation
Bientôt les déclarations 1329... 2031... 2065... 2044... 2079

Contactez **M. J.Y. LEHUJEUR**
EXPERT COMPTABLE indépendant

25 ans de pratique - Spécialiste fiscal et social
"N'hésitez pas il n'est jamais trop tard pour externaliser son service payé".

cabinet.lehujeur@wanadoo.fr Tél. 01 42 18 06 07

brioche Pasquier **NOUVEAU**

www.briochepasquier-pro.com

site internet dédié aux professionnels de la restauration

2011 COLLECTION **ecotel** Proximité Conseil Service

Découvrez le catalogue 2011 8000 références !

cuisine arts de la table mobilier
hygiène entretien textile

www.ecotel.fr
ecotel@ecotel.fr
Tél. : 01 69 02 57 70

Pour votre **terrasse** ou **véranda**

Optez pour l'**efficacité** et la **fiabilité** du leader **Tansun**

Large gamme de chauffage LRC
Pour usage **intérieur** ou **extérieur** et régulateur

Adexi Distributeur - Tél. 02 40 11 14 95 - steadexi@free.fr

FIBROLAB®

Fourniture et pose dans toute la France

La Solution pour la Mise aux Normes de Votre Cuisine

Exemples de réalisations

- Habillage mural, création de cloison
- Panneaux 1200 x 2800
- Dalles plafonds 60 x 60
- Imputrescible
- Résistant aux chocs
- Résistant aux rayures
- Résistant aux attaques chimiques
- Conforme aux normes en vigueur

Pensez dès maintenant à vos projets

Informations et documentation gratuite sur simple appel au :
0 320 489 751
E-mail : contact@fibrolab.fr

Avec une augmentation de 3 à 5 % des RevPAR

POUR DELOITTE, LA CROISSANCE EST DE RETOUR DANS L'HÔTELLERIE

Le cabinet d'experts vient de publier un rapport sur l'activité hôtelière en 2010 qui précise également les tendances pour l'année 2011. Après deux années de crise, les signes de reprise ont été notables en 2010, et 2011 promet de renouer avec une croissance soutenue de l'activité hôtelière. Cependant, entre Paris et la province, les différences sont notables.

D'après une étude publiée par le cabinet Deloitte, "l'année 2011 sera la confirmation de la reprise constatée en 2010", avec une augmentation du RevPAR se situant entre 3 et 5 %, similaire à la hausse de 6 % annoncée aux États-Unis. L'année 2010 s'est bien terminée et a surtout réussi aux catégories haut de gamme, grâce au retour de la clientèle internationale et à la stabilisation des marchés et des monnaies. Ainsi, les catégories 4 et 5 étoiles ont des RevPAR qui progressent de 5 à 9 % en moyenne. Paris enregistre une augmentation de 11 % et la Côte d'Azur, de 7 %. La hausse parisienne est surtout due à celle des taux d'occupation, et intervient malgré l'arrivée des "nouveaux hôtels asiatiques dont l'ouverture était crainte par les palaces existants". "Ils ont su créer un appel d'air et provoquer l'arrivée de nouvelles clientèles sans en prendre aux hôtels existants", précise Deloitte. La province, elle, est restée quasiment stable avec 1 % de croissance. La catégorie 3 étoiles a le mieux tiré profit de l'après crise, grâce au retour de la clientèle d'affaires et de congrès. Les taux d'occupation (TO) sont en hausse, et, grâce à une offre renouvelée et à des prix moyens stables, cette catégorie a connu une augmentation des RevPAR de 5 %. Cette évolution se confirme également au cours des cinq dernières années : les RevPAR pour cette catégorie sont en hausse de 10,1 %, signe de l'amélioration constante de l'offre sur ce créneau.

Peu de marge de manœuvre pour l'hôtellerie économique

L'hôtellerie économique, très sensible à l'activité globale et dont la marge de manœuvre reste très faible en termes de prix moyens, a peu varié ses prix entre 2009 (+2,2 %) et 2010 (+1,6 %) en 2 étoiles. Corollaire de la baisse d'activité, les taux d'occupation et les RevPAR stagnent (+0,3 % en 0 et 1 étoile et



Les nouveaux hôtels asiatiques (ici, le Shangri-La Hotel Paris) ont su créer un appel d'air et provoquer l'arrivée de nouvelles clientèles sans en prendre aux hôtels existants.

+0,8 % en 2 étoiles). En 2011, les RevPAR devraient rester avantageux pour les hôtels haut de gamme mais la hausse des chiffres d'affaires sera moins forte à mesure que l'on diminuera de catégorie. Ainsi, le RevPAR des hôtels 5 étoiles devrait croître de 6 à 8 %, celui des 4 étoiles de 5 à 8 %, 4 ou 5 % pour les hôtels 3 étoiles, et les 2 étoiles, d'après Deloitte, "vont subir de plein fouet la concurrence des produits alternatifs", ce qui se traduira par une stagnation des prix moyens, compensée par une légère augmentation des TO, et une hausse estimée entre 1 et 3 % du chiffre d'affaires. Enfin, l'hôtellerie économique, "bien qu'épargnée par la crise", rappelle Deloitte, ne pouvant augmenter ses prix, enregistre une très faible hausse des RevPAR comprise entre 0,5 et 1,5 %.

Élyne de Bast

Sébastien Bazin : "Colony Capital ne sortira pas du capital d'Accor"

Au cours du rendez-vous annuel organisé par le cabinet Deloitte, Sébastien Bazin, le p.-d.g. Europe de Colony Capital, a précisé la nature des relations que le fonds d'investissement entretient avec Accor.

Sébastien Bazin, lors de son intervention à la réunion annuelle organisée par Deloitte.



Les propos de Sébastien Bazin, p.-d.g. Europe de Colony Capital, sont clairs et nets : "Colony Capital ne sortira pas du capital d'Accor à court et moyen terme." Et d'ajouter : "Les rapports entre les deux entreprises sont suffisamment étroits pour que l'on puisse envisager de faire encore un long chemin ensemble." Sébastien Bazin, en toute franchise, rappelle que la scission de l'activité hôtellerie de la partie Tickets-Restaurants a été décidée sur ses recommandations et celles d'une partie du conseil d'administration. "Cette décision a d'ailleurs été profitable à tout le monde", estime-t-il.

Céder l'immobilier sans fragiliser l'opérateur

C'est également Sébastien Bazin qui, après une analyse de la situation hôtelière mondiale, avait poussé le groupe Accor à adopter une politique dite d'"asset light". La part importante de l'immobilier dont le groupe était propriétaire il y a encore cinq ans représentait un capital inactif, alors que, dans le même temps, le groupe avait besoin de liquidités

pour assurer son développement. Il avait donc légitimement poussé à cette nouvelle stratégie. "Toutefois, nuance-t-il, la politique d'"asset light" a ses limites. Si l'immobilier doit être cédé, il ne peut en aucun cas fragiliser l'opérateur." Sébastien Bazin rappelle enfin son attachement à Accor et son amitié, son désormais ancien p.-d.g., Gilles Pélissier. "J'aime Accor, affirme-t-il. C'est un groupe facile à comprendre. La politique actuelle n'est que la continuité des décisions prises avant. Il est évident que l'arrivée d'un nouveau président en la personne de Denis Hennequin va booster l'activité d'Accor, tout en restant dans la même ligne." Plusieurs questions restent cependant en suspens comme la pertinence du groupe à conserver toutes ses enseignes. "Accor est tout de même le seul groupe hôtelier au monde à avoir une gamme d'enseignes aussi large, du 0 au 5 étoiles en passant par la résidence de tourisme." Le p.-d.g. conclut sur une note des plus positives : "Dans huit à neuf mois, Accor n'aura plus aucune dette", ce qui promet de belles perspectives. É. de B.

EN FRANCE COMME EN ANGLETERRE

Selon Christie + Co, les ventes d'hôtels reprennent

Le broker annonce deux nouvelles ventes, à Paris et à Vichy, et estime que 2010 a été une année de transition.

Christie + Co a réalisé deux nouvelles ventes d'hôtels. Le premier est le Blackstone Opéra, un 3 étoiles de 36 chambres situé rue de Parme à Paris (IX^e). La transaction s'élève à 4 M€ et nécessitera un million d'euros supplémentaire pour effectuer des travaux qui intégreront une démarche environnementale. Le deuxième, un 2 étoiles de 45 chambres, est localisé à Vichy (03). L'acheteur, multi-propriétaire d'hôtels à Clermont-Ferrand (63), a décidé, sitôt

acquis l'établissement, d'engager une phase de travaux à hauteur de 250 000 €, un quart des chambres ayant déjà été rénové. De façon plus générale, l'année 2010 a été, selon Christie + Co, une année de transition, qu'il s'agisse du marché anglais comme du marché français. Le broker anglais prédit que l'année 2011 devrait présenter certaines caractéristiques communes aux deux marchés : la consolidation des projets d'hôtels en construc-



tion, une vraie bataille commerciale dans l'hôtellerie économique, une augmentation des contrats de management chez les investisseurs - conséquence de la réduction des prises de risques - et un refinancement de la dette pour les propriétaires. Enfin, sur le marché anglais, Christie annonce l'arrivée du groupe Raag Hotels, une chaîne économique qui vient d'investir 100 M€ (118 M€) dans un réseau de 15 hôtels qui seront gérés sous la marque Tune. É. de B.

LES NUITÉES SONT EN HAUSSE DE 4,4 % APRÈS UN ENCOURAGEANT + 1,6% EN OCTOBRE

EN NOVEMBRE 2010, LE TOURISME D'AFFAIRES A DOPÉ L'ACTIVITÉ HÔTELIÈRE

Selon une note de conjoncture de la Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services (DGCIS), entre novembre 2009 et novembre 2010, la fréquentation hôtelière en France a augmenté pour le deuxième mois consécutif. La majorité des régions, et toutes les catégories d'établissements, profitent de cette hausse.

Entre novembre 2009 et novembre 2010, les nuitées sont en hausse de 4,4 % dans les hôtels, après un encourageant + 1,6 % en octobre. La progression cumulée sur un an, par rapport aux douze mois précédents, s'élève à + 2,4 %. Cette hausse est principalement imputable au tourisme d'affaires de la clientèle française : d'une part, l'augmentation des nuitées de la clientèle française (+ 4,8 %) représente près de 80 % de la hausse globale et, d'autre part, les nuitées d'affaires, toutes clientèles confondues, contribuent pour près de 90 % à la hausse globale. Cette évolution met un terme à une série de quatre mois au cours desquels la dynamique venait davantage des clientèles étrangères. Celles-ci demeurent néanmoins en progression (+ 3,2 % entre novembre 2009 et 2010). Sous l'impulsion de la clientèle chinoise (+ 23,7 %), les nuitées des clientèles asiatiques progressent de 13,5 % en novembre 2010 par rapport à 2009. La fréquentation des touristes japonais repart également à la hausse (+ 16,3 %), de même que celles des clients des Proche et Moyen-Orient (+ 18,6 %). Les nuitées des clientèles américaines s'accroissent de 3,4 %, en hausse de 9,4 % sur les onze premiers mois de l'année. Le dynamisme se situe davantage du côté des clientèles en provenance d'Amérique centrale et du Sud (+ 8,2 %), en progression de 29,6 % depuis le début de l'année. La croissance des nuitées des touristes en provenance des États-Unis ralentit encore en novembre (+ 1,7 % contre + 4,8 % en octobre), en dépit d'un regain de forme du dollar face à l'euro. Les nuitées des clientèles européennes augmentent également, mais de façon plus modérée : + 1,5 % en novembre et + 0,7 % de janvier à novembre 2010 par rapport à 2009. Les nuitées des Russes connaissent la plus forte progression (+ 35,6 %). Cet attrait pour la France bénéficie en très grande majorité à Paris et sa proche banlieue. Les nuitées des clientèles des pays voisins progressent plus faiblement, les plus dynamiques venant d'Allemagne et des pays du Nord (+ 8,9 et + 14 %). À l'opposé, les clientèles du Royaume-Uni et des Pays-Bas reculent encore (- 4,7 % et



Les nuitées d'affaires contribuent pour près de 90 % à la hausse globale.

- 10,6 %). La clientèle anglaise pâtit depuis le début de la crise de la forte dépréciation de la livre sterling par rapport à l'euro. La fréquentation espagnole, elle, diminue de 7,9 % en novembre après une hausse de 7 % en octobre.

L'hôtellerie de luxe attire les clientèles étrangères

La hausse de fréquentation se répercute sur la grande majorité des régions. Seuls la Champagne-Ardenne, le Nord-Pas-de-Calais, la Haute et la Basse Normandie sont en baisse. Les plus fortes hausses de fréquentation sont en Bourgogne (+ 10,3 %), Languedoc-Roussillon (+ 9,4 %), Corse (+ 8,6 %), Aquitaine et Poitou-Charentes (+ 6,5 %). L'Île-de-France, habituellement en tête, ne se place qu'en sixième position avec une augmentation de 5,7 %. Ces régions bénéficient pour la plupart d'un afflux conjugué de clientèles française et étrangère. En Île-de-France, la hausse de fréquentation étrangère reste toutefois modeste (+ 1,2 %). En novembre, le taux d'occupation des hôtels est de 53,1 %. Après deux années de baisse, ce taux est en hausse par rapport à novembre 2009 (+ 1 point). L'Île-de-France bénéficie du taux d'occupation le plus élevé (71,1 %), nettement supérieur au taux d'occupation moyen des autres régions métropolitaines (45,7 %). Les zones de montagne, avec une activité au ralenti en novembre, ont le plus faible taux d'occupation (28,7 %). La hausse bénéficie à toutes les catégories d'hô-

tels mais elle est plus forte pour les hôtels de standing : + 3,5 points pour les 3 étoiles et + 4 points pour les hôtels haut de gamme (4 et 5 étoiles). Les hôtels de standing sont également les seuls à accroître leur offre de chambres (+ 0,7 % pour les 3 étoiles et + 6,1 % pour le haut de gamme). Les hôtels haut de gamme font preuve d'un grand dynamisme avec le taux d'occupation à nou-

veau le plus élevé (59,5 %) et ils contribuent à eux seuls au tiers de la hausse de fréquentation par rapport à 2009.

L'attrait des clientèles étrangères pour le haut de gamme reste particulièrement fort : leur présence y est deux fois plus importante (61 % des nuitées du haut de gamme) que sur l'ensemble des hôtels (28 %).

AVEC DES CAPACITÉS D'HÉBERGEMENT INFÉRIEURES

Face à ses voisins, la France est à la traîne sur le segment des chaînes hôtelières

D'après une étude du cabinet MKG Hospitality, sur ces dix dernières années, par rapport à ses voisins, la France est le pays dont la croissance du parc hôtelier de chaînes a le moins vite progressé.

Allemagne et le Royaume-Uni sont devenus des poids lourds de l'hôtellerie de chaîne en l'espace de dix ans, en dynamisant considérablement leur offre. La part de marché de la France, en volume de chambres vendues, s'effrite quant à elle régulièrement depuis 2004, lui faisant perdre sa position de leader européen au profit du Royaume-Uni. Le tableau de l'évolution comparative des capacités d'hébergement gérées sous enseigne de chaînes hôtelières est sans appel : la France a connu moins de 19 % de hausse du parc en dix ans, quand ses voisins immédiats ont mis les bouchées doubles pour combler leur retard. La restructuration du parc hôtelier, avec l'apparition de nouvelles capacités gérées par des groupes hôteliers intégrés, est spectaculaire au Royaume-Uni, dont l'offre sous enseignes a progressé de plus de 47 % entre 2000 et 2010. Elle est également dynamique en Allemagne, où l'offre des chaînes a augmenté pratiquement d'un quart. En Espagne, le gros apport de nouvelles capacités hôtelières (+ 30 %) a été alimenté par l'activité effrénée des groupes de travaux publics espagnols, sans toujours tenir compte de la réalité du marché, avec pour conséquence l'effondrement des taux d'occupation, signe d'une surcapacité difficile à digérer en période de crise. En Italie, où l'hôtellerie indépendante familiale domine, l'incurSION des groupes hôteliers européens commence à se faire sentir.

Lente dégradation depuis 2003

En Allemagne et au Royaume-Uni, les deux marchés les plus comparables au marché français, la croissance de la capacité hôtelière des chaînes s'est accompagnée d'une hausse quasi-équivalente



La part de marché de la France s'effrite depuis 2004, lui faisant perdre sa position de leader européen au profit du Royaume-Uni.

du nombre de nuitées vendues. La nouvelle offre a donc stimulé la demande. Le Royaume-Uni arrive ainsi désormais en tête des pays européens pour le nombre de nuitées vendues par les chaînes hôtelières. Proche de 30 % au début des années 2000, la part de marché de la France dans ce groupe de cinq pays a commencé à décrocher après 2003 pour s'engager dans une lente mais régulière dégradation. Avec moins de 9 % de progression des ventes de chambres dans les hôtels de chaînes sur dix ans, la France est en quasi stagnation. La baisse régulière du taux moyen d'occupation à l'année est un signe alarmant qui doit conduire à une réflexion sur le dynamisme commercial des chaînes et l'attractivité de leurs offres actuelles et surtout futures.

Hôteliers ! vous êtes référencés sur



AMÉLIOREZ
VOTRE VISIBILITÉ,
POUR DE
MEILLEURS RÉSULTATS
WWW.HOTELBIZ.FR

LE SITE DE TOUS LES HÔTELS DE FRANCE

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 utiliser le cycle de travail ?

Peut-on organiser le travail par cycle annuel sans recourir à la modulation du temps de travail ? Ceci nous permettrait de rester à 39 heures par semaine au lieu de 1 607 heures par an, conformément à l'article 22.2 de la convention collective des HCR du 30 avril 1997. Merci pour votre réponse.

Unisson

Le cycle de travail est un aménagement du temps de travail différent de la modulation. Mais que ce soit en matière de modulation du temps de travail ou de cycle, la durée de travail de référence se calcule sur la base de 35 heures et non plus de 39 heures.

La loi du 20 août 2008, portant rénovation de la démocratie sociale et réforme du temps de travail, est venue mettre en place un dispositif unique et simplifié d'aménagement du temps de travail dans un cadre pluri-hebdomadaire. En principe, ce dispositif a vocation à remplacer les quatre modes d'aménagement du temps de travail qui existaient précédemment (cycles, modulation, JRTT sur l'année, temps partiel modulé).

Cependant, cette même loi permet que les aménagements du temps de travail définis par des accords collectifs qui ont été conclus avant son entrée en vigueur restent applicables sans limitation de durée.

L'annexe 1, relative aux dispositifs d'aménagement du temps de travail de l'accord du 5 février 2007 (articles 19 à 22), continue à s'appliquer dans les conditions et règles fixées par cet accord.

L'organisation du temps de travail sous forme de cycle, prévu par l'article 20 de l'avenant n° 2 du 5 février 2007 est donc toujours en vigueur, selon les règles édictées par l'article 22-2 de la convention collective nationale des CHR du 30 avril 1997, sauf pour la durée moyenne du cycle, qui doit être calculée en référence à la durée légale de travail de 35 heures par semaine.

Le cycle se calcule sur une base de 12 semaines maximum

Le cycle est une période brève de 12 semaines maximum au sein de laquelle la durée du travail est répartie d'une semaine sur l'autre. Il correspond à une période qui est appelée à se renouveler plusieurs fois dans l'année. La durée hebdomadaire moyenne, calculée sur la durée du cycle, doit être établie en référence à la durée légale de travail de 35 heures par semaine.

Les semaines comportant plus de 35 heures de travail sont compensées au cours du cycle par des semaines d'une durée du travail hebdomadaire inférieure. Ce système peut être mis en place pour tout ou partie de

vos personnel. Le cycle apparaît comme un moyen d'ajuster la durée du travail aux variations d'activité qui présentent un caractère habituel, à la fois prévisible et programmable. Cela permet d'assurer le fonctionnement de l'entreprise en accordant le repos hebdomadaire par roulement, et, par conséquent, de faire varier les horaires d'une semaine sur l'autre. Avec une durée moyenne de 35 heures, vous pouvez répartir le temps de travail de votre salarié sur 4 semaines en le faisant travailler les 2 premières semaines sur une base de 40 heures, puis les 2 semaines suivantes sur une base de 30 heures. Il s'agit d'un cycle qui doit se reproduire à l'identique toutes les 4 semaines.

En outre, quel que soit le système de cycle que vous souhaitez mettre en place, vous devez respecter les durées maximales journalières, les durées maximales hebdomadaires et la durée maximale hebdomadaire absolue de travail.

Afficher les horaires

La répartition des horaires de travail doit être affichée sur le lieu de travail et une copie doit être transmise à l'inspection du travail. En outre, vous devez faire figurer la mention 'horaires cyclique' sur le bulletin de paie de vos salariés. L'employeur doit également noter sur un registre la durée hebdomadaire de travail effectuée par chaque employé, et ce document doit être émarginé par ce dernier une fois par semaine.

Une rémunération lissée

La convention prévoit que les salariés employés selon un horaire cyclique bénéficient d'une rémunération mensuelle régulière, indépendante des fluctuations d'horaires. Le salaire mensuel est donc établi sur une base de 35 heures, y compris les semaines du cycle où le salarié travaille davantage et celles où il travaille moins par rapport à cette durée moyenne. Cette formule déroge donc à la règle du calcul des heures supplémentaires dans le cadre de la semaine civile.

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

Quel est le plafond annuel de la modulation ?

Pouvez-vous me dire sur quelle base doit se faire la modulation du temps de travail, car j'ai du mal à m'y retrouver ?

R. M.

La mise en place de modulation du temps de travail dans l'entreprise permet de faire varier la durée hebdomadaire du travail sur tout ou partie de l'année, à condition que cette durée ne soit pas supérieure à un plafond de 1 607 heures.

Ce plafond de 1 607 heures constitue un forfait annuel correspondant à une durée hebdomadaire moyenne de 35 heures sur l'année et tenant compte des jours de congés payés, des jours fériés légaux et de la journée de solidarité. C'est ce plafond, fixé par le code du travail et repris par l'article 19 de l'avenant n° 2 du 5 février 2007, que vous devez respecter.



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

Tout ce qui concerne la pizza et les différentes façons de préparer la pâte. Vous souhaitez gérer avec succès une Pizzeria, approfondir vos connaissances et vous spécialiser ?

La méthode de la Scuola Italiana Pizzaioli vous permet de réussir à assimiler tous les secrets qui demanderaient des mois d'apprentissage auprès d'un pizzaiolo.

Eipiz, 1^{re} école italienne de la pizza en France
Une passion, un métier, une formation

Domaine d'activité de la Barthe • Chemin de la Barthe • 34660 Courmontriel
Tél. : 04 67 814 788 • Fax : 04 67 412 778 • contact@eipiz.fr • www.eipiz.fr





PROTEGEZ, ORGANISEZ, PRESENTEZ,
...vos recettes, instructions, informations techniques.

Et gagnez temps et efficacité en cuisine avec

Tarifold INOX

Plus d'infos au 03.88.66.03.12 ou info@tarifold.fr

L'École du Vin de France

Formations intensives diplômantes sur 3 ou 5 jours

Diplômes du USET «Intermédiaire» et «Advanced» reconnus à l'international.

Votre stage intensif financé par votre DIF et votre droit à la formation continue

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





N°1 du motel écologique en France

Construisez votre Bio Motel clefs en mains
aux normes 2, 3 et 4 étoiles et normes THPE et BBC

Une équipe de professionnels, des prix concurrentiels, une technique éprouvée (possibilité de visite d'un hôtel pilote 3 étoiles)

Pensez à l'avenir de votre entreprise avec Bio Motel...

Tél. 06 08 36 22 62 - Fax 04 72 25 44 73
bio-motel.com - mail : chumenny@orange.fr

SICABA

Sur le Stand des produits de l'Allier

Le BIO savoureux
Bœuf-Veau - Agneau-Porc

et toujours... nos Label Rouge



salonagri culture

Stand G60 HALL 7.1

© 04 70 67 35 00
sicaba@sicaba.com

AVEC LE SOUTIEN DE L'UMIH ET DE LA CPIH

PIERRE-PAUL ALFONSI S'INSURGE CONTRE L'AUGMENTATION DE LA REDEVANCE SUR LA MUSIQUE

Le président de l'Umih Bouches-du-Rhône a pris la tête d'une campagne contre "l'augmentation inacceptable de la redevance de la SPRE" (Société pour la perception de la rémunération équitable). Résultat, l'Umih et la CPIH demandent à leurs adhérents de boycotter une augmentation pouvant atteindre jusqu'à 1 000 % selon les cas.

Une fois encore, le vent de la révolte vient du sud-est. En cause, l'envolée des tarifs de la Société pour la perception de la rémunération équitable (SPRE), qui collecte les droits des artistes-interprètes et des producteurs de phonogrammes. Jusqu'à maintenant, les cafés, restaurants, hôtels diffusant de la musique s'acquittaient d'une redevance forfaitaire basée sur leur taille. Mais le téléchargement illégal sur internet a eu pour conséquence de faire baisser les rémunérations des artistes et producteurs. Conduite à trouver des fonds complémentaires, la SPRE a augmenté ses tarifs.



Pierre-Paul Alfonsi part en croisade contre l'augmentation de la redevance de la SPRE.

"C'est du racket !"

Du jamais vu pour **Pierre-Paul Alfonsi**, président de l'Umih 13 et Paca. "Un bar qui a payé 700 € pour 2009, devra verser 8 342 € pour 2010, soit une augmentation de 1 000 %. Selon nos calculs, la redevance serait de 8 000 à 10 000 € par an pour 500 000 € de chiffre d'affaires (CA), de 15 000 € pour un CA de 700 000 € et de 25 000 à 30 000 € pour 2 M€ de CA. C'est du racket envers une profession qui investit pour moderniser ses établissements, fait des efforts pour attirer la clientèle, qui est l'une des seules à créer des emplois." Il met en cause les responsables de la profession qui ont négocié pendant un an avec la SPRE au sein de la commission paritaire sans tenir les présidents départementaux des syndicats informés et "sans qu'ils puissent exprimer, au nom de leurs adhérents, leurs suggestions ou leurs contestations." Pierre-Paul Alfonsi insiste : "J'ai découvert l'affaire au congrès de l'Umih à Biarritz [du 23 au 25 novembre dernier, NDLR], lors de l'atelier auquel participait le directeur de la SPRE. J'ai aussitôt demandé à **Laurent Lutse** [président de la Fédération nationale des cafés brasseries et du monde de la nuit à l'Umih, NDLR] la constitution d'une commission, sous la présidence de **Roland Héguy** [président national de l'Umih, NDLR], à laquelle participeraient, à mes côtés, des jeunes en activité."

Quelques semaines plus tard, son action a fini par payer. La commission a été créée le 8 février dernier. L'Umih et la CPIH appellent leurs adhérents

à "payer la rémunération SPRE uniquement sur la base du montant 2009." Elles demandent par ailleurs un rendez-vous avec les ministres concernés, en appellent aux parlementaires et mettent en garde les pouvoirs publics "sur l'effet dévastateur de l'augmentation inconséquente du taux de taxation de la SPRE, sur l'emploi et la vitalité de leurs établissements non délocalisables".

Dominique Fonsèque-Nathan

Qu'est-ce que la SPRE ?

Si la Sacem (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) est relativement connue du grand public et des professionnels, la SPRE (Société pour la perception de la rémunération équitable) l'est bien moins. La première perçoit et répartit les droits des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique, tandis que la seconde perçoit les droits des artistes-interprètes et producteurs de disques. Les deux entités sont indépendantes l'une de l'autre, mais SPRE a signé un contrat de prestations par lequel la Sacem perçoit pour son compte la rémunération équitable dans les lieux sonorisés (cafés, restaurants, commerces ou parkings). La SPRE œuvre pour le compte de l'Administration des droits des artistes et musiciens interprètes (Adami), la Société de perception et de distribution des droits des

artistes-interprètes (Spedidam), la Société civile des producteurs phonographiques (SCPP), la Société des producteurs de phonogrammes en France (SPPF) et la Société civile des productions associées (SCPA). Pour 2011, la SPRE a modifié le barème de la redevance qu'elle perçoit auprès des établissements diffusant de la musique. D'un système forfaitaire (un pourcentage du droit d'auteur), elle est passée à un montant dépendant d'une multitude de critères, notamment du prix du café, du nombre de places assises, voire du chiffre d'affaires réalisé pour les bars et restaurants dits à 'ambiance musicale', c'est-à-dire dont la musique est une composante essentielle de l'activité.

Pour en savoir plus : http://www.spre.fr/index.php?page_id=50

COMPÉTITIVITÉ, INVESTISSEMENTS, RÉGLEMENTATION...

L'avenir de l'hébergement touristique français en question

La Fédération professionnelle des métiers du tourisme s'est penché sur l'hébergement touristique et son devenir en France, en présence du secrétaire d'État au Tourisme, Frédéric Lefebvre.

La France se leurre sur l'importance de son tourisme : tel est le premier constat dressé lors de la table ronde organisée par la Fédération professionnelle des métiers du tourisme sur l'hébergement touristique en France, et animée par **Michel Fernet**, délégué France et Monaco de l'Association européenne des directeurs d'hôtel. "La France n'est plus la destination touristique n° 1 mais bien la troisième, après avoir été devancée par l'Espagne puis par la Chine, qui arrive désormais en deuxième position", constate **Christian Mantéi**, directeur général d'Atout France. "C'est en ayant une offre de qualité que nous ferons revenir les touristes", ajoute-t-il. Or, les investissements réalisés en France par les professionnels s'affaiblissent d'année en année : de 10 milliards d'euros il y a sept ans, il sont passés à 7 milliards d'euros il y a deux ans. "Nous atteindrons à nouveau les 10 milliards d'euros en 2011", estime Christian Mantéi. Si les hôteliers n'investissent plus, c'est parce que



Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État au Tourisme, et Denis Fasquelle, vice-président voyages et hébergement de SinoTech Group.

les hôtels n'ont plus d'argent pour se mettre aux normes. D'ici à 2015, date de l'échéance pour les mises aux normes d'accessibilité, 75 % des hôtels en milieu rural pourraient fermer leurs portes, selon **Yannick Fassaert**, président des Gîtes de France. Une situation confirmée par **Jacqueline Roux**, présidente des Logis. "En raison du contexte réglementaire, la plupart des Logis vont disparaître", prévient-elle. Qu'il s'agisse des résidences de tou-

risme - dont le parc est vieillissant - ou des campings - qui ont su renouveler leur offre mais ciblent un public spécifique -, le problème de la France n'est pas lié à un seul mode d'hébergement. "C'est une approche globale que les collectivités doivent avoir. Elles doivent mixer les formes d'hébergements", souligne **Denis Fasquelle**, vice-président voyages et hébergement de SinoTech Group.

Les textes réglementaires en France, jugés trop nombreux et trop contraignants, ont également été évoqués. Un problème qui n'a pas échappé au secrétaire d'État au Tourisme, **Frédéric Lefebvre**, qui témoigne de sa volonté d'avancer sur le dossier : "J'ai créé les assises de la simplification, tout comme j'ai nommé des 'monsieur PME' au sein des départements." Au-delà de la simplification, certains, comme **Jacques Barré**, président du Groupement national des chaînes hôtelières, estime qu'il "ne s'agit pas d'accorder des dérogations à tout va : il faut plutôt trouver des solutions de rechange, moins contraignantes."

CONTRATS DE TRAVAIL, JOURS FÉRIÉS, PRIME TVA, MUTUELLE

LE POINT SUR LE DROIT DES TRAVAILLEURS SAISONNIERS

Les saisonniers sont employés sous contrat à durée déterminée et, bien qu'une majorité des règles applicables soient celles régissant les CDD, ils bénéficient aussi des règles et des avantages sociaux prévus par la convention collective des CHR et ses avenants.

Pascale Carbillat

Qu'est-ce qu'un travailleur saisonnier ?

Le travailleur saisonnier est un salarié employé dans un établissement saisonnier ou permanent pour effectuer des tâches appelées à se répéter chaque année à des dates à peu près fixes dans le cadre d'une saison touristique. Il peut être embauché soit :

- dans un établissement saisonnier, c'est-à-dire dont l'ouverture ne dépasse pas 9 mois par an ;
- soit dans un établissement permanent, mais dont l'activité est plus importante du fait de la saison. Dans ce cas, la durée du contrat saisonnier ne doit pas être supérieure à 9 mois.

Le contrat de travail

Un contrat à durée déterminée

Un contrat saisonnier constitue l'un des cas de recours d'un contrat à durée déterminée (art. L.1242-2. 3° du code du travail). Il en découle plusieurs conséquences, dont l'obligation de conclure un contrat par écrit.

Attention ! faute d'un contrat écrit signé de votre salarié, le contrat peut être requalifié en contrat à durée indéterminée.

Un contrat écrit...

L'employeur doit obligatoirement remettre au saisonnier un contrat de travail écrit, sur lequel doivent figurer les mentions suivantes :

- le motif du contrat ;
- la désignation de l'emploi qui va être occupé ;
- la date à laquelle le contrat prend fin dans le cas d'un contrat de date à date ;
- la durée minimale du contrat si le contrat est sans terme précis ;
- la durée de la période d'essai ;
- le montant du salaire ;
- le nom et l'adresse de la caisse de retraite complémentaire, de l'organisme de prévoyance et de mutuelle frais de santé ;
- la convention collective applicable.

... qui doit être remis et signé par le salarié

L'article L.1242-12 du code du travail prévoit que le CDD doit être remis au plus tard dans les 2 jours qui suivent l'embauche. Un conseil : n'attendez pas ce délai de 2 jours. Remettez et faites signer le CDD au plus tard au moment où le salarié embauché, afin d'éviter qu'il ne refuse de le signer le contrat alors qu'il a commencé à travailler. En effet, l'absence de signature du salarié sur le contrat, vous ne pouvez lui opposer de période d'essai et ce dernier peut revendiquer un contrat à durée indéterminée.

Deux types de contrat sont possibles

Vous pouvez embaucher un saisonnier soit avec un contrat de date à date, soit sans terme précis. C'est l'employeur qui choisit en fonction de ses besoins.

• Contrat sans terme précis

Le contrat est prévu pour toute la durée de la saison. Cela correspond aux dates d'ouverture et de fermeture de l'établissement. Il doit prévoir une durée minimale, sans oublier de préciser la possibilité de prolonger le contrat si la saison se poursuit.

• Contrat de date à date

Le contrat est conclu pour une durée déterminée, à l'intérieur de la saison (par exemple, 1 ou 2 mois). Il est possible de renouveler ce contrat

mais uniquement une fois et pour une durée déterminée. Dans tous les cas, la durée du contrat saisonnier ne peut être ni inférieure à 1 mois ni supérieure à 9 mois.

Attention ! Un contrat saisonnier d'une durée supérieure à 9 mois peut être requalifié en contrat à durée indéterminée.

La période d'essai

Pour soumettre votre salarié à une période d'essai, il est indispensable que celle-ci soit prévue dans le contrat, et que ce dernier soit signé par le salarié. Conformément à l'article L.1242-10, la durée de la période d'essai se calcule en fonction de la durée minimale du contrat, mais dans tous les cas, elle ne peut être supérieure à :

- un jour par semaine dans une limite de 2 semaines si le contrat ne dépasse pas 6 mois. Ainsi, pour un CDD d'un mois par exemple, la période d'essai maximale sera de 4 jours. Pour un CDD de 4 mois, la période d'essai ne pourra pas dépasser 2 semaines (le calcul des jours, soit 17 dans notre cas, dépasse cette limite de 2 semaines qu'il faut donc retenir) ;
- un mois pour un contrat de plus de 6 mois.

Comment décompter la période d'essai

Si la période d'essai est fixée en jours, elle se décompte en jours calendaires et non en jours travaillés (Cass. soc. du 29 juin 2005). Dans ce cas, il ne faut pas déduire les jours de repos ni les jours fériés. Une période d'essai de 7 jours, commencera le lundi et se terminera le dimanche soir, peu importe que le salarié n'ait pas travaillé tous les jours de la semaine.

En mois, elle se décompte en mois calendaires. Un mois d'essai qui commence le 13 mars prend fin le 12 avril à minuit.

N'oubliez pas le délai de prévenance pour rompre cette période d'essai

Selon l'article L.1221-25 du code du travail, l'employeur qui a conclu un CDD prévoyant une période d'essai d'au moins 7 jours, et qui souhaite la rompre, doit respecter un délai de prévenance dont la durée varie selon le temps de présence du salarié dans l'entreprise. Ce délai ne peut être inférieur à :

- 24 heures en dessous de 8 jours de présence ;
- 48 heures entre 8 jours et un mois de présence ;
- 2 semaines après un mois de présence.

La période d'essai, renouvellement inclus, ne peut être prolongée du fait du délai de prévenance.

Possibilité d'une clause de reconduction

L'article 14.2 de la convention collective des CHR du 30 avril 1997 prévoit que le contrat saisonnier peut comporter une clause de reconduction, qui prévoit la possibilité de réembaucher le salarié pour la saison suivante. Toutefois, il faut que l'employeur ou le salarié confirment, l'année suivante, leur volonté de renouveler le contrat au moins 2 mois à l'avance par lettre recommandée, faute de quoi la clause de reconduction devient caduque.

Transformation du CDD en CDI après 3 saisons

L'article 14.2 de la convention collective prévoit aussi que les contrats saisonniers conclus pendant 3 années consécutives, et qui couvrent toute la période d'ouverture de l'établissement, pourront

êtres considérés comme établissant une relation de travail à durée indéterminée sur la base des périodes effectives de travail. Un salarié qui a travaillé en 2008, 2009, 2010, du 15 avril au 15 septembre, bénéficiera dès cette année d'une relation à durée indéterminée pendant les périodes d'ouverture de l'établissement. Ce qui signifie que l'employeur ne peut plus se séparer de son salarié sans respecter la procédure de licenciement, et par conséquent, sans justifier ce licenciement.

Pas d'indemnité de fin de contrat

Les travailleurs saisonniers font partie de la liste des contrats à durée déterminée qui ne bénéficient pas de l'indemnité de précarité de 10 % à la fin de leur contrat de travail. En revanche, ils ont droit à l'indemnité compensatrice de congés payés. Celle-ci représente 10 % de la rémunération totale brute perçue pendant toute la durée de leur contrat.

Les jours fériés garantis au prorata pour les saisonniers

L'article 6.2 de l'avenant n° 6 du 15 décembre 2009 prévoit que les salariés saisonniers ayant 9 mois d'ancienneté ont droit aux 10 jours fériés (dont 6 jours fériés garantis et 4 jours fériés ordinaires) mais au prorata de la durée de leur contrat de travail.

Attention ! L'avenant n° 6 a augmenté le nombre de jours fériés auxquels ont droit les salariés. Ceux-ci peuvent bénéficier de 10 jours fériés en plus du 1^{er} mai, et ce, au prorata de la durée de leur contrat. Mais surtout, cet accord a réduit l'ancienneté nécessaire à un saisonnier pour bénéficier de ces jours. Désormais une ancienneté de 9 mois suffit pour prétendre à ces jours, contre 1 an auparavant. Cette condition d'ancienneté s'apprécie en cumulant la durée des contrats de travail du saisonnier dans une même entreprise.

Exemple : Un saisonnier qui a été titulaire d'un contrat de 3 mois en 2010, et qui revient cette année dans la même entreprise pour un contrat de 6 mois, remplit la condition d'ancienneté pour prétendre à ces jours fériés (ce qui n'aurait pas été le cas selon l'accord précédent du 5 février 2007).

Le nombre de jours auquel il a droit va dépendre de la durée de son contrat : $6 \text{ mois} \times 6 \div 12 = 3$.

En cas de calcul donnant lieu à un arrondi, il faut prendre l'unité supérieure.

Exemple : un CDD de 9 mois $9 \text{ mois} \times 6 \div 12 = 4,5$ qui doit être arrondi à l'unité supérieure. En conséquence ce salarié a droit à 5 jours fériés garantis.

Un jour férié garanti est un jour férié qui donne lieu à une autre journée de repos en compensation ou qui doit être payé et ce même si le salarié était en repos ce jour-là.

Les saisonniers bénéficient aussi de la prime TVA

Les salariés du secteur des CHR bénéficient d'une prime conventionnelle appelée 'prime TVA' dont les modalités sont définies par l'article 5 de l'avenant n° 6. Pour que les salariés saisonniers puissent aussi en bénéficier, les partenaires sociaux ont négocié une condition d'ancienneté réduite.

• Une ancienneté réduite pour les saisonniers

Les salariés des entreprises saisonnières ou les salariés saisonniers des établissements perma-

Taux horaire minimum conventionnel

9,00 €

Taux horaire Smic

9,00 €

Valeur du repas

3,36 €

Plafond Sécu.

2946 €

Indice du coût

de la construction

1520

Révision : + 5,34 %

Renouvellement :

+ 32,75 %

(3^e trimestre 2010)

Taux de chômage

9,7 %

(3^e trimestre 2010)

nents bénéficient de la prime prorata temporis à la condition de justifier de 4 mois d'ancienneté dans la même entreprise, ou dès la deuxième saison, toujours au sein du même établissement. En clair, un saisonnier, quelque soit la durée de ses contrats, a droit à cette prime dès la fin de sa seconde saison chez un même employeur.

Exemple : un saisonnier a travaillé deux mois en 2010 et un mois en juin 2011. Il n'aura pas droit à la prime pour son contrat en 2010 car il ne remplit pas la condition de 4 mois d'ancienneté. En revanche, en 2011, il aura droit à cette prime, au titre de la deuxième saison chez le même employeur. Mais celle-ci ne sera calculée que sur la base du salaire du mois de juin 2011.

Tous les saisonniers titulaires d'un CDD d'au moins 4 mois auront droit à la prime TVA à l'issue de leur contrat. De même, tous les saisonniers qui effectuent une deuxième saison dans le même établissement ont droit à cette prime.

• Montant de la prime TVA

Le montant de la prime est égal à 2 % du salaire de base annuel dans la limite de 500 € par an pour un salarié employé à temps complet. Pour les saisonniers, cette prime s'applique sur le salaire de base perçu pendant la saison y donnant droit.

En outre, cette prime est modulée en fonction de l'activité de l'entreprise afin de tenir compte de l'impact du taux de TVA par l'application de coefficients définis dans cet avenant.

- pour un restaurant, le montant de la prime est plafonné à 500 € (100 % de la prime TVA) ;
- pour un hôtel-restaurant, le montant de la prime est plafonné à 250 € (50 % de la prime)
- pour les autres entreprises, le montant de la prime est plafonné à 125 € (25 % de la prime) ;

• Comment calculer la prime TVA

Les plafonds mentionnés par l'avenant sont applicables à un salarié à temps complet. La prime d'un saisonnier doit être calculée au prorata de la durée de son contrat de travail, et en tenant compte de l'activité de l'entreprise.

Ainsi un saisonnier titulaire d'un CDD de 4 mois, ayant un salaire de base de 1 500 €, aura droit à 1 500 x 2 % x 4 mois = 120 €.

Il faut tenir compte aussi de l'activité de l'entreprise. Si ce saisonnier travaille dans un restaurant, il percevra donc 120 €, mais 60 € dans un hôtel-restaurant et 30 € dans un autre type d'établissement.

Le saisonnier doit percevoir cette prime à l'issue de son CDD, sauf si ce dernier rompt son contrat avant le terme prévu.

Les saisonniers bénéficient de la mutuelle HCR Santé

Les entreprises saisonnières doivent elles aussi rejoindre le régime de branche HCR Santé et y affilier tous leurs salariés. À partir du moment où le salarié saisonnier bénéficie d'un mois civil entier d'emploi dans la même entreprise, il bénéficie des garanties, avec un effet rétroactif à sa date d'embauche. Sauf en ce qui concerne les postes optiques et dentaires pour lesquels les garanties ne s'appliquent qu'à l'issue du deuxième mois civil entier d'emploi dans l'entreprise.

Exemple : un salarié entre dans l'entreprise le 15 janvier 2011. Il aura acquis l'ancienneté nécessaire le 28 février. La cotisation HCR Santé sera prélevée sur sa paie de février, soit après un mois civil d'emploi. Il pourra donc bénéficier des principales garanties dès le 28 février avec effet rétroactif à partir de sa date d'embauche le 15 janvier, sauf pour les frais dentaires et optiques dont il bénéficiera à partir du 1^{er} mars

Si ce salarié finit son CDD en cours de mois, la cotisation est due pour le mois en cours. L'accord prévoit que tous les salariés en poste à la date du 1^{er} janvier 2011 (date d'entrée en vigueur de la mutuelle HCR Santé), et ayant au moins un mois civil d'ancienneté, peuvent bénéficier de l'ensemble des garanties sans restriction dès cette date.



La durée de la couverture pour les saisonniers

Les salariés saisonniers bénéficient de la couverture HCR Santé pendant toute la durée de leur CDD, plus une durée équivalente au titre de la portabilité des droits.

Exemple : un salarié titulaire d'un CDD sera couvert pendant les 4 mois de son contrat. Ce salarié quitte l'entreprise et bénéficie d'une indemnisation par le chômage. Il pourra alors continuer à bénéficier de la couverture pendant 4 mois supplémentaires. Pendant cette période dite de portabilité, ni l'employeur ni le salarié n'ont à payer de cotisations, car elles sont prises en charge par

Un travailleur saisonnier peut être embauché dans un établissement dont l'ouverture ne dépasse pas 9 mois par an ou dont l'activité est plus importante du fait de la saison.

HCR Santé (mutualisation de la portabilité). La Fagih, organisation professionnelle représentant les entreprises saisonnières, a obtenu que les salariés saisonniers qui le souhaitent puissent conserver une couverture de frais de santé pendant l'intersaison. Les assureurs désignés proposent un produit spécifique aux saisonniers. Le salarié saisonnier qui n'est plus couvert par le régime conventionnel du fait de la fin de son CDD et de la portabilité, peut se couvrir entre deux saisons en adhérant individuellement auprès du gestionnaire du régime (GPS) à ce produit propre aux saisonniers. Il peut également couvrir les membres de sa famille.

Pour en savoir plus

Retrouvez des modèles de contrat de travail saisonnier sans terme précis ainsi que des modèles de contrats de date à date dans le blog : **Droit du travail en CHR : tous les contrats de travail (+ modèles)** sur www.lhotellerie-restauration.fr

Les conditions de travail

Temps de travail

En application de l'avenant n° 2 du 5 février 2007, les entreprises peuvent continuer à travailler sur la base de 39 heures par semaine, mais elles doivent payer la majoration des heures supplémentaires effectuées entre la 36^e et la 39^e heure au taux de 10 %. L'entreprise peut aussi choisir d'appliquer la durée légale du travail, soit 35 heures par semaine.

Taux de majoration des heures supplémentaires

Les heures supplémentaires s'apprécient à la semaine, elles sont soit payées soit récupérées en temps, selon les taux de majoration suivant :

- les heures effectuées entre la 36^e et la 39^e heure sont majorées de 10 % ;
- les heures effectuées entre la 40^e et la 43^e heure sont majorées de 20 % ;
- les heures effectuées à partir de la 44^e heure sont majorées de 50 % ;

Contingent d'heures supplémentaires

Le plafond du contingent d'heures supplémentaires est fixé à 90 heures par trimestre civil pour les établissements saisonniers. Ce contingent constitue le seuil de déclenchement de la contrepartie obligatoire en repos. Les heures supplémentaires accomplies au-delà du contingent ouvrent droit à des contreparties en repos. En revanche, l'autorisation de l'inspecteur du travail n'est plus requise.

Durées maximales de travail

La durée du temps de travail ne doit pas être supérieure aux durées maximales suivantes, heures supplémentaires comprises.

- **Durée quotidienne maximale :**
- personnel administratif hors site

d'exploitation : 10 heures ;

- cuisiniers : 11 heures ;
- autre personnel : 11 h 30 ;
- personnel de réception : 12 heures.

• **Durée maximale hebdomadaire moyenne sur 12 semaines :**

- 46 heures pour tous, c'est-à-dire pour toutes les catégories de salariés.

• **Durée maximale hebdomadaire absolue :**

- 48 heures pour tous, c'est-à-dire pour toutes les catégories de salariés.

Le repos hebdomadaire

Comme tous les salariés du secteur, les saisonniers ont droit à 2 jours de repos hebdomadaire. Mais ces 2 jours ne sont pas forcément accordés de façon consécutive : ils peuvent être d'une journée et de 2 demi-journées. De plus, l'article 23.2 de la convention collective donne la possibilité à l'employeur de reporter tout ou partie des jours de repos de ses salariés saisonniers. Il doit cependant respecter les règles suivantes :

- donner une journée de repos par semaine, qui peut être suspendue 2 fois par mois au maximum, et dans la limite de 3 fois pendant la saison ;
- les 2 demi-journées de repos hebdomadaire peuvent être différées et reportées dans la limite de 4 jours par mois, par journée entière ou demi-journée. Ce qui, dans un mois comportant 4 semaines, permet de reporter toutes les demi-journées de repos. Tous les jours de repos suspendus devront être compensés par journée entière au plus tard à la fin de la saison, et si cela n'est pas possible, ils seront payés en fin de saison.

Donc, si l'on applique l'ensemble de ces dispositions, l'employeur peut demander à son saisonnier de travailler pendant 3 semaines d'affilée sans

aucun repos hebdomadaire. En effet, si l'on diffère pendant 1 mois les 2 journées de repos plus les toutes les demi-journées, cela aboutit à 3 semaines consécutives de travail. Mais cela n'est possible qu'une seule fois pendant la saison.

Attention !

En plus de la compensation en temps ou en argent de ce repos hebdomadaire reporté, il ne faut pas oublier le paiement des heures supplémentaires qui peuvent être effectuées. En effet, si l'entreprise reporte le ou les jours de repos de son saisonnier, c'est pour le faire travailler plus et par conséquent cela donne lieu à la réalisation d'heures supplémentaires.

10 heures de repos minimum entre 2 jours de travail

Pour l'ensemble du personnel, le temps de repos entre 2 jours de travail doit être au minimum de 11 heures consécutives.

Cependant, ce temps peut être réduit à 10 heures pour les saisonniers qui sont logés par leur employeur, ou ceux dont le temps de trajet aller et retour entre leur résidence et leur lieu de travail n'est pas supérieur à une demi-heure, c'est-à-dire ceux qui habitent à 15 minutes maximum de leur lieu de travail. En contrepartie de cette réduction du temps de repos entre 2 jours de travail, le saisonnier a droit à 20 minutes de repos compensateur. Ce dernier peut être cumulé pendant 1 mois, à l'issue duquel l'employeur devra lui rendre en temps ou le payer.

Si l'employeur a utilisé cette réduction au moins 3 fois dans la semaine, il ne pourra pas en plus utiliser la possibilité de suspendre la totalité du repos hebdomadaire du salarié.

EN BREF

Nos champions de l'expresso défendent les couleurs françaises à Bogota et Maastricht

La 4^e édition des championnats de France du Café, organisée par la SCAE France, section française de la Speciality Coffee Association of Europe, a eu lieu pour la première fois cette année dans le cadre du Sirha à Lyon. Trois compétitions : le barista, le latte art et le cup-tasting 100 % équitable et de nombreuses démonstrations étaient au rendez-vous pour le plus grand bonheur des yeux et des papilles. L'art de l'expresso n'est pas donné à tout le monde et encore moins de créer des coeurs sur de la mousse de lait...

Podiums 2011

- **Ludovic Loizon**, champion de France de Barista 2011, suivi de **Thomas Lehoux** et de **Luca Casadei**.
 - **Morgane Daeschner**, championne de France de Cup-tasting 2011, suivie de **Jean Vergne** et de **Damien François**.
 - **Paul Arnephy**, champion de France de Latte Art 2011, suivi d'**Anaïs Rebella** et d'**Anthony Calvez**.
- Prochaine étape pour les médaillés d'or : défendre les couleurs de la France lors des championnats du monde qui se dérouleront à Bogota et à Maastricht en juin 2011.

www.francebarista.com

LE BRASSEUR VEUT METTRE EN AVANT LA CULTURE DE LA BIÈRE

Avec Heineken, la biérologie est en marche

Les demi-finales du 6^e concours de Biérologie ont débuté en France, pour une finale nationale prévue mi-mai à Paris. Un challenge qui permet aux jeunes de perfectionner leurs connaissances sur la bière.



Photo de famille des vainqueurs 2010, de gauche à droite : 1^{er} : Jérôme Lauth, 3^e : Cécile Pothet, 2^e : Benoît Boutet et Hervé Marziou.

Le concours de Biérologie 2011 est lancé. Ce challenge, créé il y a six ans par Heineken Entreprise, "a pour objectif de transmettre une culture du produit, d'enseigner l'art du service de la bière et d'en partager les différents modes de consommation. Il repose sur un programme pédagogique qui s'articule autour de plusieurs volets" : des conférences dans les écoles, emmenés par **Hervé Marziou**, le biérologue Heineken, des visites des sites de production Heineken mais aussi de micro-brasseries ou de brasseries artisanales et des échanges avec des professionnels de la restauration et du bar. Les candidats au podium s'affrontent d'abord en demi-finale dans cinq grandes villes. Le lycée Alexandre Dumas d'Illkirch (67), a démarré les festivités le 4 février, suivi le 8 par le lycée Michel Servet de Lille et le 10 par la faculté des métiers de Bruz (35). Les deux prochaines étapes sont prévues les 10 mars au lycée hôtelier régional de Marseille (13) et le 15 mars au lycée hôtelier de Talence (33). La finale nationale est prévue mi-mai à Paris. Au programme : un questionnaire sur les conférences délivrées, une autre partie sur le service de la bière à la pression et en bouteille, sur le goût...

Cocktails et bière

En 2011, une nouvelle thématique vient émailler les épreuves : la mixologie. "La bière est un élément multi-facettes, rappelle Heineken, qui permet une grande flexibilité en matière de travail au bar : sa fraîcheur, ses bulles et sa mousse permettent un éventail de créativité dans l'univers des cocktails. Très valorisé depuis quelques années, l'art de la mixologie constitue en effet un vrai atout pour les jeunes professionnels. Cette discipline dépasse la simple notion artisanale pour permettre aux candidats de laisser libre cours à leur créativité sans oublier

un vecteur essentiel, la recherche omniprésente du goût."

Le vainqueur partira à Amsterdam, fief d'Heineken, où il visitera notamment le musée du brasseur et se verra offrir un appareil de tirage pression BeerTender®, utilisable sans branchement particulier. "Il bénéficiera également de l'opportunité de faire un stage à l'hôtel Marriott Bruxelles, dans un pays réputé pour sa forte culture brassicole ; une chance unique de façonner sa culture [de la] bière et de profiter du savoir-faire de professionnels, toujours dans l'optique de valoriser son expérience et de pouvoir élargir les portes de son avenir professionnel." Heineken met en avant le fait que la préparation de ce concours permet aux jeunes d'acquérir une expertise supplémentaire, qui peut être décisive pour une embauche. L'idée : "Apporter aux jeunes candidats en recherche d'emploi un bagage approfondi en matière de connaissances autour de la bière, par le biais de formations spécialisées". **Frédéric Bas**, président de la commission formation au Syndicat national de la restauration thématique et commerciale (SNRTC) et directeur de l'emploi et de la formation chez Buffalo Grill, qui participe à ce concours, "regrette que les formations délivrées par l'Éducation nationale n'en tiennent pas suffisamment compte, étant trop axées sur la haute gastronomie". **Eric Bouf**, General Manager au Marriott Paris Charles-de-Gaulle Airport et membre du jury 2010, constate : "La consommation de bière a toujours existé. Cependant, oui, la biérologie est émergente en CHR. Aujourd'hui, l'image de la bière se régénère, se modernise. Les CHR proposent de plus en plus de variétés de bières différentes. La bière, mais aussi les accords mets/bière, sont largement entrés dans les établissements les plus prestigieux. Au Marriott, nous avons une carte de bières très complète, tant au bar qu'au restaurant. Il y a encore quelques années, la bière n'accompagnait que quelques mets bien spécifiques comme la choucroute. Aujourd'hui, nous la servons avec de nombreux plats".

Manque de formation dédiée

La consommation de bière en France est actuellement de plus de 20 millions d'hectolitres selon les chiffres de Brasseurs de France. "Reste qu'il n'existe pour le moment aucun diplôme dédié", déplore Heineken, qui souhaiterait qu'une section biérologie soit créée dans le cadre des mentions sommellerie et bar. "On n'en est encore qu'aux balbutiements", analyse Hervé Marziou, mais, pour lui, les choses bougent dans le bon sens depuis l'apparition du concours. "De nombreux jeunes, qui voyaient la bière uniquement comme un produit qui se débite dans un établissement, ont envie aujourd'hui de devenir des professionnels de la bière." **Sy. S.**

Informatisez la gestion de vos stocks à l'aide d'un outil performant et simple d'utilisation !



Une mercuriale complète classifiée, multi-fournisseurs,

Des fiches techniques et des plannings de menus hebdomadaires valorisés au prix du marché actuel ou des stocks en cours.

Gestion des achats maîtrisée et simplifiée grâce aux outils de création de commande assistée et de validation automatique des livraisons.

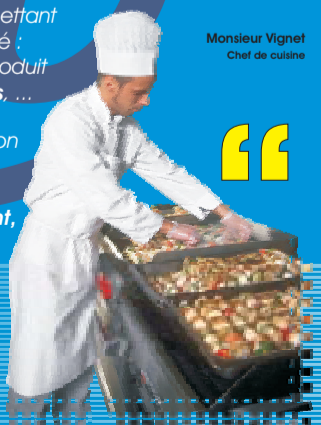
Gestion des stocks avancée et complète à l'aide d'outils puissants : bons d'économat, bons de cessions inter-établissement, bons de perte commentés, inventaires par zone de stockage, transferts multi-stock, ...

De nombreux modules d'analyses permettant une visualisation instantanée de l'activité : valorisation de stock, statistiques par produit ou par groupe de produit, HACCP, ratios, ...

Possibilité d'adapter le logiciel en fonction de votre activité : FTBE existe en version : Centre de Formation, Cuisine Centrale, Collectivités, Centrale de référencement, Traiteur, Standard TPE, ...

Rejoignez les 3500 utilisateurs de **FTBE Pro V8**

Solution Leader dans le domaine de la gestion des stocks informatisée pour les CHR



Monsieur Vignot
Chef de cuisine

30 % PLUS RAPIDE QU'UNE MACHINE À GRAIN

Nescafé Milano, le barista automatique

Facilité d'utilisation et d'entretien : Nescafé Milano, la petite dernière de Nestlé Professional est 30 % plus rapide que les machines à grain pour un volume de rendement identique et elle ne produit pas de déchet à la tasse alors qu'il faut compter 12 g de déchet - eau + café - pour une machine traditionnelle. Autres atouts : un choix de 14 sélections, chaudes ou froides, à base de café, de lait écrémé en poudre et de chocolat d'origine suisse. Le matériel assure également la régularité dans la tasse. Du latte macchiato, au chocolat corésé, du ristretto au cappuccino...



La Nescafé Milano, 14 boissons au choix d'une simple pression du doigt.



MdB Multimedia - Agence Commerciale
Parc Technologique de l'Argile II - Voie D
118, Avenue de la Quiera
06 370 Mousans Sartoux
France

Comment nous contacter ?
Email : mdb@mdb-multimedia.fr
Téléphone : 04.92.28.26.60
Fax : 04.92.28.26.66

À L'ARDOISE CE MOIS-CI

Émincé de cœur de bœuf
façon tapas

(avec coût matière et coût de production)

PAGE RÉALISÉE PAR TIPHAINE CAMPET, DIRECTRICE D'ART ET CUISINE ET AUTEUR DU BLOG DES EXPERTS "RECETTES ARTISTIQUES POUR PRÉSENTATIONS INSOLITES".

Son avis



Dans la famille des abats, le cœur fait figure de plat diététique, tant il est pauvre en matières grasses.

Selon les régions, les recettes sont bien différentes. En Normandie, par exemple, on le cuisine à la ficelle ou rôti au feu de bois ; en Bourgogne, confit au pinot noir ; en Provence, braisé avec du fenouil.

LA RECETTE DU CHEF

(Marc Galais, formateur expert culinaire TransGourmet)



Préparation : 30 min

Cuisson : 5 min

Par personne :

ASIATIQUE : 60 g de cœur de bœuf • 20 g d'huile de tournesol • 20 g de choux rouge • 20 g de choux blanc • 20 g de carottes • 10 g de sésame doré • Nuoc mam • Miel • Sel, Poivre • Bouillon de volaille • **AUX CÈPES** : 60 g de cœur de bœuf • 20 g de beurre • 20 g de cèpes déshydratés • 5 cl de vin blanc • 20 g de farine • 2 brins de persil • Sel, poivre • Jus de veau • **À L'ITALIENNE** : 60 g de cœur de bœuf • 20 g de beurre • 20 g de tomates • 20 g d'oignons émincés • 20 g d'olives vertes et noires • 10 g de champignons de paris • Sel, poivre • Vin blanc • Jus de veau • Parmesan.

Nettoyer le cœur des fibres dures et caillots de sang, le tremper quelques minutes dans le vinaigre blanc avec de l'eau. Émincer et lancer les 3 recettes.

1 Asiatique : tailler les choux et les carottes finement, faire revenir l'ensemble avec de l'huile, ajouter le cœur, le sésame doré, le miel et laisser colorer. Incorporer la sauce nuoc mam et un peu de bouillon si nécessaire.

2 Aux Cèpes : passer le cœur dans la farine, le marquer à la sauteuse avec les cèpes, ajouter le vin, le jus de veau et le persil.

3 À l'italienne : faire colorer les oignons, ajouter le cœur, les olives, les champignons. Après une bonne coloration, incorporer le vin, le jus et la tomate, laisser mijoter un peu. Au moment de servir, ajouter le parmesan en copeaux.

Cette recette se décline en version poisson :
Émincé de tilapia façon Tapas.



Coût matière 1,94 € *

Niveau de qualification pour réaliser le plat Moyen

Frais de personnel de production/portion 2,40 € *

Optimisez votre carte de restaurant au quotidien avec le blog des experts '5 étapes pour améliorer votre marge après coût de production' par Philippe Lalonde sur www.lhotellerie-restauration.fr

* Se reporter au blog pour en savoir plus..

L'avis de la nutritionniste (Marie-Line Perrin, Sprim Box)



Il est intéressant de consommer intégralement le poireau - le 'blanc' et le 'vert' - si on veut bénéficier de la totalité de ses atouts nutritionnels. Le poireau est riche en eau (plus de 85 %), en fibres (environ 3,5 %), et peu énergétique (27 kcal pour 100 g). Il est également riche en pro-vitamine A et en vitamines C et E. La présence dans le blanc de glucides spécifiques, les fructosanes, et un rapport potassium/sodium élevé lui donnent des propriétés diurétiques indéniables. Enfin, grâce à sa teneur élevée en fibres (3,5/100 g) essentiellement présentes dans le vert, il régule le fonctionnement intestinal.

Focus Le poireau

Culture : Le poireau est une plante potagère bisannuelle comestible issue de la famille des liliacées et originaire d'Asie centrale. Il possède de longues feuilles vertes engainantes, formant à leur base un cylindre blanc qui en constitue la partie la plus appréciée.

Caractéristiques : Il a une saveur douce et délicate, plus fine que celle de l'oignon. Le poireau peut mesurer de 50 cm à 1 m de haut.

Cuisson/Conservation : On peut le manger cru, finement haché dans des salades. Cuit, il est délicieux en vinaigrette, avec de la crème ou des pommes de terre. On peut l'apprêter comme l'endive en le faisant gratiner. Il se

marie idéalement avec le citron, la sauge, le basilic, le thym ou la moutarde. Le blanc de poireau coupé en dés aromatise les courts-bouillons et les fonds de cuisson. On peut conserver le poireau au réfrigérateur pendant environ deux semaines. Prendre soin de le consommer dans les deux jours après cuisson et réfrigération, sinon il sera indigeste. On peut le congeler, mais il perd alors de sa saveur et de sa texture. À l'achat, le choisir ferme et intact, sans tache et avec des feuilles bien vertes.



C'est la saison

Idées plat du jour

Le cœur de bœuf

- Vol au vent de cœur de bœuf aux cèpes
- Cœur de bœuf façon meunière

Le tilapia

- Tartare mi-cuit de tilapia aux baies roses
- Filet de tilapia rôti en crêpine, infusion au piment d'Espelette

Le fruit du mois L'ananas

L'ananas est le fruit de l'ananas, une plante visuellement proche du Yucca ou de l'agave. Originnaire d'Amérique et découvert par Christophe Colomb, les Espagnols le nommèrent piña pour sa ressemblance avec une pomme de pin. Aujourd'hui cultivé en Martinique et en Côte d'Ivoire. À la chair jaune et filandreuse, il a la particularité de se former sans fécondation car il est dépourvu de graines. La meilleure variété est sans conteste celle de Côte d'Ivoire. On se basera sur sa couleur et son odeur pour définir sa maturité. Attention toutefois au parfum trop prononcé (trop mûr), aux fruits trop mous, de couleur peu uniforme et aux feuilles détachables qui sont signes de mauvaise qualité. (Extrait du Blog des Experts 'Le dictionnaire des fruits et légumes' de Frédéric Jaunault, conseiller culinaire chez All Fresh Logistique)



Desserts du jour

- Ananas caramélisé et flambé, glace rhum raisin
- Miroir pâtissier ananas et goyave
- Glace piña colada et rocher coco

Le conseil TransGourmet

Pour donner du croustillant à votre recette de cœur de bœuf, passez-le dans la farine, et marquez-le avec du beurre.

Accord mets et vins

Quel vin proposer avec le cœur de bœuf ? L'avis de Paul Brunet, auteur du blog des experts 'Le vin et les vins au restaurant' sur www.lhotellerie-restauration.fr :

Proposer du cœur de bœuf, c'est sortir des sentiers battus. Cette recette simple et originale appelle un 'vin plaisir'. Le côtes du roussillon Sardane issu de syrah et de grenache proposé par TransGourmet me semble le partenaire idéal pour accompagner ces 3 émincés façon tapas. À servir à 14-15 °C maximum.



Retrouvez les produits utilisés pour réaliser cette recette sur

www.transgourmet.fr



ENCENSÉ PAR LA CRITIQUE

Jean-Georges Vongerichten, le locavore

Avec son restaurant ABC Kitchen, le chef alsacien se fait le fer de lance de la cuisine bio et locale. Le concept ? 'De la ferme à la table' avec 90 % d'ingrédients locaux, des sodas infusés maison et un souci du détail qui fait mouche. Les New-Yorkais en raffolent.



L'intérieur d'ABC Kitchen, avec ses tables en bois faites par des ébénistes de la région, ses couverts chinés et ses chaises en métal recyclé.



"Il existe des restaurants bio à New York, mais nous avons poussé le concept dans les moindres détails", explique Jean-Georges Vongerichten.

Le chef multi-étoilé (son restaurant gastronomique Jean Georges a 3 étoiles au guide *Michelin*), a décidé le don des concepts : après la cuisine fusion aux notes asiatiques (Vong et Spice Market à New York), les nouilles soba japonaises (Matsugen), les steakhouses (Prime Steakhouse à Las Vegas), il se fait le champion du concept 'de la ferme à la table' et du respect de l'environnement, avec ABC Kitchen, son restaurant ouvert en mars 2010. "Nous apportons quelque chose de nouveau à New York. On y trouve des restaurants bio, mais nous avons poussé le concept dans les moindres détails", explique Jean-Georges Vongerichten. Le chef et son associé de toujours Phil Suarez ont collaboré pour l'occasion avec le célèbre magasin de décoration ABC Carpet, qui abrite le restaurant. L'établissement est situé au rez-de-chaussée de ce temple de la décoration et à un jet de pierres du marché de Union Square où convergent les petits producteurs des environs de New York. "90 à 95 % des ingrédients que nous utilisons proviennent de ce marché", explique Dan Kluger, le chef de cuisine.

"Apprendre à être créatifs"

C'est d'ailleurs en achetant ses produits sur ce même marché que Dan Kluger, un ancien du groupe de Danny Meyer (Union Square Café, Tabla) a fait la connaissance de Jean-Georges Vongerichten, il y a deux ans. Il a depuis rejoint l'équipe, et s'est notamment attelé à l'ouverture du restaurant Jean-Georges, au Mark Hotel, au nord de Manhattan. 60 % du menu d'ABC Kitchen est constitué de légumes et de céréales, avec une règle d'or : n'utiliser que des ingrédients bios et locaux. Pas toujours évident de suivre cette règle, note Dan Kluger : "En cette saison, il nous serait très facile d'importer des tomates de Californie. Mais cela irait contre nos principes. Pour les remplacer, nous cuisinons les navets du coin. Nous devons apprendre à être créatifs." Seule entorse au principe : "Au départ, nous devons faire un restaurant où tous les produits viennent d'un rayon inférieur à 100 miles [environ 160 km, NDLR] autour de New York, mais nous n'avons pas encore trouvé d'huile d'olive dans le coin", regrette Jean-Georges.

Vins biodynamiques et carte des cocktails à rallonge

Aucun détail n'est laissé au hasard : vaisselle en céramique chinée, couverts de récup achetés sur eBay, chaises en métal recyclé, éclairages écologiques, tables en bois réalisées par des ébénistes locaux, bougies à base de soja sans pesticide, paniers à pain faits main par des paysans amérindiens de Patagonie...

La carte des boissons n'est pas en reste : s'y côtoient vins biodynamiques, whisky de l'état de New York, sodas infusés maison (gingembre-citron vert), café et thés labellisés équitables... La carte de jus, smoothies et cocktails est à rallonge : on y trouve notamment le Coco loco (eau de coco, sirop d'agave et extraits de vanille). Parmi les best-sellers du menu, le Toast de courges kabocha rôties, ricotta, le Sashimi de thon mariné au gingembre et à la menthe, le Bar noir aux herbes, pommes de terre, épinards, le Sundae et la Panna cotta aux figues et compote de fruits confits.

200 couverts au déjeuner

Encensé par la presse, ABC Kitchen figure notamment dans les classements des meilleurs nouveaux restaurants de 2010 du magazine *New York* et du *New York Times*. Et il ne désemplit pas - 200 couverts par jour au déjeuner et 350 le soir. Pour sa première année d'activité, les propriétaires anticipent un chiffre d'affaires se situant entre 9 et 10 millions de dollars (soit environ 6,9 à 7,6 M€).

Malgré le succès, le chef n'envisage pas de dupliquer le concept pour l'instant. Difficile de refaire le même alors que toute l'originalité du lieu repose sur son ancrage local. "Nous n'allons pas faire une chaîne, assure le chef. Cet établissement est unique."

Laure Guilbault

RECEVEZ CHAQUE SEMAINE

L'Hôtellerie
 Restauration
LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR


> Abonnez-vous par téléphone :

01 45 48 45 00

ou par fax : 01 45 48 51 31

ou par internet : lhotellerie-restauration.fr

ou par courrier : L'Hôtellerie Restauration

Service Clients

5 rue Antoine Bourdelle

75737 Paris Cedex 15

Nom :

Adresse :

Code postal & Localité :

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

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

> Choisissez le mode de règlement :

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

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

N°

Date de validité : /

3 derniers chiffres au dos de la carte :

EN DIRECT DES BLOGS DES EXPERTS

Salarié refusant de manger : quelles conséquences sur la paie ?

 ET SI JE SAUTE TOUS
 MES REPAS SUR UN AN,
 JE TOUCHERAI QUOI ?

 Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts
 avec le mot clé **RTK7137** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr