

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



MICKAËL BOUVIER VAINQUEUR
DE LA 50^E COUPE GEORGES
BAPTISTE (PROFESSIONNELS)

AVEC 4 800 VISITEURS

PAGES 2-3-4

MISSION ACCOMPLIE POUR LE PREMIER SALON **LHR** Emploi



Il y avait foule au stand du journal L'Hôtellerie Restauration, point de passage obligé pour les visiteurs.

4 800 personnes se sont précipitées au 104, lieu culturel et d'exposition parisien, pour rencontrer les recruteurs lors du premier salon de l'emploi organisé par **L'Hôtellerie Restauration**.

Une cinquantaine de sociétés ont reçu les candidats et collecté leur C.V.

Les indépendants n'étaient pas oubliés : un espace a été créé tout spécialement pour les établissements de petite taille afin qu'ils puissent accueillir les professionnels en recherche d'emploi et les jeunes en quête de stages dans les meilleures conditions. De la restauration collective aux grandes chaînes hôtelières en passant par la restauration rapide ou la restauration commerciale, la variété des postes à pourvoir est sûrement l'une des plus grandes réussites de ce salon plébiscité par les visiteurs.

Rendez-vous en mars 2012 pour la deuxième édition du salon LHR Emploi !



Retrouvez
Le salon LHR Emploi
en vidéo
sur
www.lhotellerie-restauration.fr

FACE AU DÉSASTRE NUCLÉAIRE

PAGE 6

Les professionnels français installés au Japon témoignent

Les chefs français installés majoritairement à Tokyo n'ont à déplorer que des dégâts matériels peu importants, mais beaucoup d'entre eux ont fermé leur établissement dans la crainte d'un prochain séisme voire d'un tsunami. Après le choc du tremblement de terre, c'est l'appréhension qui domine.

APRÈS L'ACCIDENT DU QUICK D'AVIGNON

PAGE 43

Alerte au staphylocoque doré et aux bactéries

Le décès dramatique d'un client quelques heures après avoir consommé un repas dans une enseigne de restauration rapide a remis sous le feu de l'actualité les conséquences gravissimes que peuvent avoir des manquements aux règles élémentaires d'hygiène. Des gestes simples mais incontournables permettent néanmoins d'éviter de prendre des risques. Piqûre de rappel.

AVANT LA SAISON ESTIVALE

PAGES 32-33

Votre piscine est-elle conforme aux normes de sécurité et de salubrité ?



Proposer une piscine dans son hôtel est un atout commercial indéniable. Avec l'arrivée des beaux jours, il est temps de faire le point sur les éléments de sécurité prévus par la loi que vous devez offrir à votre clientèle.

Un débat décalé

Alors que la question semblait avoir été réglée une fois pour toutes avec l'extension aux cafés hôtels restaurants de l'interdiction de fumer dans les lieux publics, l'association Droit des non-fumeurs (une de ces créations dont la France raffole, en partie financée par le contribuable), n'avait rien trouvé de mieux que de porter plainte contre le groupe Bernard Loiseau au motif d'avoir installé des 'fumeurs' dans ses établissements de Saulieu (21) et de Tante Marguerite à Paris (VII^e).

L'occasion était trop belle de 'faire un coup médiatique' en citant devant le tribunal à la fois un 3 étoiles et l'une des cantines préférées des politiques qui ont leurs habitudes autour du Palais Bourbon.

En droit, la plainte portait à la fois sur une éventuelle non-conformité des installations avec le code -très strict- de santé publique qui définit les caractéristiques dudit fumeur, et sur la publicité orchestrée autour de ces équipements.

Sur le second point, les magistrats ont suivi une jurisprudence constante qui s'appliquait naguère aux objecteurs de conscience, selon laquelle il est possible de se conformer à la loi mais strictement interdit d'en faire la moindre publicité. Au pays de Descartes, cette incongruité juridique ne semble toujours pas interpeller la réflexion du législateur pour qui le "nul n'est censé ignorer la loi" est évidemment l'alpha et l'oméga de la vie en société. Manifestement, la très jésuite 'ignoti nulla cupido' (on ne peut désirer ce qu'on ignore) a encore de beaux jours au firmament de notre droit.

Plus intéressante, toutefois, est la première partie du jugement du tribunal correctionnel de Paris qui a établi que les fumeurs du Relais Bernard Loiseau et de Tante Marguerite sont conformes à la législation et peuvent donc continuer à recevoir les clients désireux d'en griller une sans attraper la grippe sur le trottoir, ou plus vraisemblablement de se relaxer dans les volutes d'un Partagas ou d'un Cohiba.

Mais il serait hasardeux d'en déduire qu'il est désormais possible, comme on a pu le lire lors de réactions 'à chaud' toujours sujettes à caution, de servir à manger et à boire dans un local fumeur. Car les très strictes conditions d'exploitation d'un fumeur (lire en page 4) exigent à la fois des investissements lourds et des contraintes peu compatibles avec le confort auquel sont habituées nos excellences qui ont tant de mal à emprunter les avions de ligne... Plus concrètement, peut-on demander à un ministre de se lever après le café pour apporter son assiette au passe-plat censé protéger le serveur de tout contact avec le tabac ?

De toutes façons, inutile d'en tirer d'hâtives conclusions : pour la quasi-totalité des établissements, l'interdiction de fumer reste une règle absolue à laquelle il vaut mieux ne pas déroger. Pour le plus grand confort de la clientèle qui se réjouit, fumeurs compris, de respirer de l'air pur au restaurant.

L. H.

DERNIÈRE MINUTE

Les prix en restauration inférieurs à l'indice Insee de février

Les professionnels de la restauration restent mesurés sur l'évolution de leurs prix avec une hausse de +0,2% en février, pour un indice général qui s'établit à +0,5%. Cette tendance confirme la modération des prix dans la restauration et les cafés, avec toutefois une forte hausse des tarifs hôteliers en raison de la saison des vacances d'hiver dans les stations de montagne. Sur les 12 derniers mois, la profession fait mieux que l'évolution générale des prix : +1,5% contre +1,7%.

Enzo passe sous enseigne Kyriad



Douze établissements de la chaîne française Enzo, marque thématique

autour de l'automobile (soit environ 800 chambres) vont passer sous enseigne Kyriad du groupe Louvre Hôtels. Les établissements seront gérés en franchise.

Sandwich & Snack Show 2011 : un bilan positif

La 12^e édition du Sandwich & Snack Show a été durant 2 jours le carrefour de toutes les nouvelles tendances de la restauration rapide et de la consommation nomade avec plus de 175 innovations présentées. Plus de 10 500 visiteurs (dont 57% de visiteurs de province) ont arpenté les allées du salon à la recherche de nouveaux concepts, d'idées de développement et de produits innovants. En parallèle, 6 834 professionnels ont pu découvrir et apprécier l'univers de la restauration italienne lors de la 1^{re} édition de Parizza, riche en animations et contenus spécifiques. Rendez-vous les 15 et 16 février 2012 à Paris, porte de Versailles, pour une nouvelle édition couplée.

Concours international de la Photo Culinaire 2011



La 4^e édition se tiendra les 11 et 12 septembre prochains, à Oloron-Sainte-Marie dans les Pyrénées-Atlantiques, toujours sur le même principe : un chef et un photographe réalisent en deux heures une

photo qui sera présentée au jury. Le duo gagnant recevra un prix de 6 000 euros pour la réalisation de la plus belle photo culinaire.

Le dossier d'inscription doit être remis avant le 27 mai 2011 à : l'Office du tourisme du Piémont Oloronais, Allées du Comte de Tréville, BP 70010, 64401 Oloron-Sainte-Marie Cedex. Renseignements et règlement sur www.fotosculinaires.com

Mezzo di Pasta sur les aires d'autoroute

À l'occasion du salon Franchise Expo qui ouvre ses portes à Paris, porte de Versailles du 20 au 23 mars prochains, Mezzo di Pasta, précurseur de la restauration rapide de pâtes fraîches, annonce l'ouverture prochaine de 2 restaurants en Île-de-France en partenariat avec Total. Ainsi l'aire d'autoroute d'Hardivilliers (60, sur l'A16) accueillera en juin 2011 une antenne Mezzo di Pasta, alors que le second verra le jour en septembre 2011 sur l'aire de Vemars (95, sur A1). Il s'agit des deux premières ouvertures sur les sept annoncées. L'enseigne compte aujourd'hui 124 points de ventes.

RECRUTEMENT

GROS SUCCÈS P

Pas moins de 4 800 personnes se sont précipitées

Nous tablions sur 3 500 personnes et 4 800 visiteurs sont venus découvrir ce premier salon de l'emploi. Cela va bien au-delà de nos espérances, avoue **Bertrand Milinaire**, directeur général de **L'Hotellerie Restauration**. Mais ce qui nous paraît le plus important, c'est la variété des postes proposés. Une cinquantaine de recruteurs étaient présents, de la restauration collective aux grandes chaînes hôtelières en passant de la restauration rapide à la restauration commerciale, les visiteurs avaient un vaste choix." Les indépendants n'étaient pas oubliés. Un espace a été créé tout spécialement pour les établissements de petite taille. "Nous avons mis en place une formule toute simple et pas contraignante. On réserve une table et une chaise pour faire les entretiens et collecter les C.V. ; on vient quand on veut, on s'assoit, on recrute et on repart avec son ou ses candidats qui peuvent commencer dans la foulée. Ce fut un réel succès", ajoute Bertrand Milinaire.

"Un salon dont on a besoin"

Les demandeurs d'emploi avaient aussi accès à un centre de coaching et l'espace C.V. minute dans lequel des conseils leur étaient prodigués pour améliorer leur C.V. et l'imprimer.

"C'est un salon dont on a besoin. Ici, on voit des gens qui ont envie de travailler. J'ai vu beaucoup de personnes motivées. Il faudrait qu'il y ait deux salons dans l'année", sug-

Des recruteurs témoignent

Une cinquantaine d'employeurs et de recruteurs, issus aussi bien de la restauration collective ou rapide que des grandes chaînes hôtelières ou des indépendants, avait réservé un stand. Ils livrent leurs impressions sur le salon.

Bruno Croiset, responsable de l'emploi et des systèmes éducatifs, direction des ressources humaines hôtellerie France du groupe Accor

"Notre objectif premier en venant au salon LHR Emploi était de recruter. Il faut savoir que le groupe Accor recense 200 établissements en Île-de-France, et propose 200 postes dans cette région. Le bilan est positif : le nombre de personnes était relativement conséquent ! On a reçu des candidats ambitieux, donc les recruteurs ne perdent pas leur temps. Il existe 10 marques chez Accor, par conséquent, avec notre présence au salon, c'était plus facile de conseiller et de guider le candidat. Ce qu'il en est ressorti : en général, ils ont tous comme rêve d'intégrer un établissement 5 étoiles ; nous leur expliquons qu'ils auront plus de polyvalences et de facilités pour évoluer dans un 2 étoiles. Il n'y a pas que l'hôtellerie de luxe... Aujourd'hui, on a eu davantage de candidatures en réception d'hôtels..."

Sandra Guern, responsable RH Paris Ile-de-France Rezidor



Sandra Guern, responsable RH Rezidor.

"Nous sommes venus parce que, d'une part, nous voulions faire connaître nos différentes marques Radisson Blu, Park Inn, et parce que nous voulions rencontrer des candidats pour nos hôtels. Nous sommes 9 sur le stand, avec notre directeur de district Nord de la France, Michel Stalport, mais aussi des directeurs d'hôtels, des financiers, des responsables de réception. Tout le monde est mobilisé et on le montre."

Patrick Lafuente, directeur de la restauration du groupe Lucien Barrière

"C'est incroyable, l'engouement que le salon a suscité. Nous sommes venus en force, mais nous avons été surpris par la foule. Nous avons au moins récupéré 700 contacts. Le coût contact d'un C.V. sur le salon sera évidemment très faible. On parle parfois du désamour du métier, ça redonne de l'espoir."

L'Hotellerie Restauration

L'heβδο des C.H.R.

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

RESPONSABLES DE RUBRIQUE

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

SERVICE JURIDIQUE

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

VIDÉO

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

SECRÉTARIAT DE RÉDACTION

Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

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 PARIATAIRE

n° 0910 T 79916

Dépôt légal à parution

Diffusion : 56 112 - ISSN 0750 - 3717

IMPRESSIION

Roto Centre - 45 770 Saran

Capital : 1 418 141,74 €

Principal actionnaire : Bureau de Presse



Presse PRO

OUR LE PREMIER Salon LHR, Emploi

au 104, lieu culturel et d'exposition parisien, pour rencontrer les recruteurs au salon emploi organisé par L'Hôtellerie Restauration.



Retrouvez le salon en vidéo sur www.lhotellerie-restauration.fr



C'est dans un cadre majestueux, celui du Centquatre, un espace culturel situé dans le XIX^e arrondissement de Paris que se sont retrouvés près de 4 800 visiteurs, le 10 mars dernier.



gère **Akrame Benallal**, à quelques jours de l'ouverture de son restaurant parisien. Une suggestion qui traduit un véritable besoin. Pour l'instant, devant le succès de la pre-

mière édition, nous pouvons annoncer que le deuxième salon est déjà sur les rails. **Nadine Lemoine et Hélène Binet Vidéo Cécile Charpentier**

Jérôme Montardy, directeur adjoint de Lurati Emploi



"Nous faisons des entretiens pour la Suisse. Nous avons vu beaucoup de réceptionnistes, de gouvernantes et des cuisiniers. Nos objectifs de recrutement sont atteints. Nous reviendrons lors du prochain salon."

Jérôme Montardy, directeur adjoint de Lurati emploi, et **Martine Klayani**, conseillère en clientèle.

Audrey Santacreu, responsable administrative du Relais de la Malmaison à Rueil-Malmaison (92)

"Nous avons du mal à recruter. Nous cherchons en cuisine et en salle. Nous avons trouvé nos chefs de rang et nous devons rappeler des candidats. Nous ferons ce salon si nous avons besoin de personnel."

Audrey Santacreu, Le Relais de la Malmaison, Rueil-Malmaison (92).



Stéphane Omer, Restalliance, responsable d'agence Paris 2

"Nous sommes spécialisés dans la restauration collective dans le domaine de la santé. Nous avons 1 300 collaborateurs et nous ouvrons en moyenne 40 restaurants par an. Nous avons besoin d'une cévèthèque qui s'agrandit. Aujourd'hui, nous retenons une bonne soixantaine de C.V. sur les 400 personnes qui sont passées sur le stand."

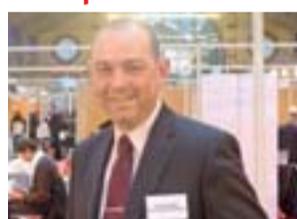
Jérémy Debray, responsable ressources humaines Paris / Ile-de-France du groupe Sodexo

"Nous fonctionnons déjà beaucoup avec le journal pour les annonces, compte tenu de sa visibilité. Ce salon est une bonne opération. J'ai même fait des propositions d'emploi pour commencer lundi matin. Cela ne m'arrive jamais d'habitude."

Nadia Ayaida, responsable recrutement et formation du groupe Reside Etudes

"Grâce au salon, on a eu des candidatures spontanées, et ça nous a permis d'établir des contacts avec des personnes qui ne connaissaient pas notre groupe. D'une part on a fait du recrutement et de l'autre de la communication. Des prises de contacts intéressantes : on a eu beaucoup de demandes pour des stages. Concernant les C.V. reçus, on va rappeler un tiers des candidats, un tiers iront dans la base de données et le tiers restant est à peaufiner. On a eu des profils mixtes, autant de l'hébergement que de la restauration. Le salon a eu un impact positif, on ne pouvait pas faire mieux pour recruter..."

Franck Paci, directeur du restaurant de l'Opéra de Paris



Franck Paci, directeur du restaurant de l'Opéra de Paris.

"C'est un bilan très positif dans l'ensemble. On a réussi à avoir beaucoup de prises de contacts assez constructives. En étant à ce salon, les visiteurs ont pu s'apercevoir qu'un restaurant dans un opéra n'était pas utopique, mais bien réel. La plupart des candidats avaient envoyé leur candidature suite à notre annonce. Tous sont revenus

aujourd'hui sur le salon pour avoir un entretien avec nous. On a dû recevoir environ 250 C.V. Pour l'ouverture du restaurant de l'Opéra - prévue début juin -, on recherche 40 postes en salle et 30 en cuisine."

Éric Giroud Trouillet, directeur d'exploitation de la brasserie Balzar du groupe Flo

"On a vu aujourd'hui au salon qu'il y a un véritable engouement pour la restauration. Ça prouve que le secteur renaît : on a rencontré des personnes passionnées avec une réelle envie de décrocher un poste. C'est dommage que l'on n'ait pas eu assez de temps pour étudier toutes les candidatures ; mais pour certains, on va les rappeler. Globalement, on nous demandait des postes en salle, le métier se démocratise... Et, principalement des postes en brasserie - les candidats souhaitent rester dans une cuisine traditionnelle et française. L'enseigne Hippopotamus était la plus sollicitée (il en existe 150 à ce jour, et 20 supplémentaires devraient voir le jour)".



Éric Giroud Trouillet, directeur d'exploitation de la brasserie Balzar du groupe Flo.

Des visiteurs racontent

Pierre Cabassu : "Je suis actuellement en BTS hôtellerie-restauration à Ferrandi, à Paris, et l'année prochaine je vais intégrer l'Ifag pour faire une licence gestion et marketing en alternance. Je suis ici pour trouver une entreprise afin de poursuivre ma formation."



En BTS Hôtellerie à Ferrandi, **Pierre Cabassu** fait le tour des stands.

Julie Terda : "J'ai suivi une formation en marketing et j'ai travaillé dans la restauration pendant mes études. Je connais le secteur et j'aimerais trouver un poste qui allie les deux. J'ai déposé beaucoup de C.V. aujourd'hui."

Cynthia Ouzahrir : "Nous sommes 7 élèves de l'Afpa de Champ-sur-Marne (77). J'ai entendu ce matin à la radio que le salon avait lieu. Nous cherchons des stages et nous avons décidé de venir pour trouver des contacts."

Du coaching sur l'espace C.V. minute

Béatrice Melin, directrice de la société de coaching Alidade



Béatrice Melin, directrice de la société Alidade

"C'était un choix de conviction de participer au salon afin d'aider les candidats qui n'ont pas accès à nos prestations d'habitude. Fondée en 2003, notre société repose sur le coaching et la formation. Pendant toute la journée, nous avons proposé 2 types de soutien : d'abord collectif - les candidats s'inscrivaient en fonction de plusieurs thématiques, soit une aide pour la construction du C.V., de la lettre de motivation... - ou un coaching individuel de 20 minutes (sur une problématique de leur choix - la confiance en soi, le stress, comment arriver à sourire...). Je me suis

aperçue que les candidats aiment le secteur de la restauration, mais ils ne savent pas le retranscrire quand ils sont en face des recruteurs. Le conseil que je leur donne est de se tourner vers de l'accompagnement, et de se poser les bonnes questions."

OUR LE PREMIER Salon LHR, Emploi

au 104, lieu culturel et d'exposition parisien, pour rencontrer les recruteurs au salon emploi organisé par L'Hôtellerie Restauration.



Retrouvez le salon en vidéo sur www.lhotellerie-restauration.fr



C'est dans un cadre majestueux, celui du Centquatre, un espace culturel situé dans le XIX^e arrondissement de Paris que se sont retrouvés près de 4 800 visiteurs, le 10 mars dernier.



gère **Akrame Benallal**, à quelques jours de l'ouverture de son restaurant parisien. Une suggestion qui traduit un véritable besoin. Pour l'instant, devant le succès de la pre-

mière édition, nous pouvons annoncer que le deuxième salon est déjà sur les rails. **Nadine Lemoine et Hélène Binet Vidéo Cécile Charpentier**

Jérôme Montardy, directeur adjoint de Lurati Emploi



"Nous faisons des entretiens pour la Suisse. Nous avons vu beaucoup de réceptionnistes, de gouvernantes et des cuisiniers. Nos objectifs de recrutement sont atteints. Nous reviendrons lors du prochain salon."

Jérôme Montardy, directeur adjoint de Lurati emploi, et **Martine Klayani**, conseillère en clientèle.

Audrey Santacreu, responsable administrative du Relais de la Malmaison à Rueil-Malmaison (92)

"Nous avons du mal à recruter. Nous cherchons en cuisine et en salle. Nous avons trouvé nos chefs de rang et nous devons rappeler des candidats. Nous ferons ce salon si nous avons besoin de personnel."

Audrey Santacreu, Le Relais de la Malmaison, Rueil-Malmaison (92).



Stéphane Omer, Restalliance, responsable d'agence Paris 2

"Nous sommes spécialisés dans la restauration collective dans le domaine de la santé. Nous avons 1 300 collaborateurs et nous ouvrons en moyenne 40 restaurants par an. Nous avons besoin d'une cévèthèque qui s'agrandit. Aujourd'hui, nous retenons une bonne soixantaine de C.V. sur les 400 personnes qui sont passées sur le stand."

Jérémy Debray, responsable ressources humaines Paris / Ile-de-France du groupe Sodexo

"Nous fonctionnons déjà beaucoup avec le journal pour les annonces, compte tenu de sa visibilité. Ce salon est une bonne opération. J'ai même fait des propositions d'emploi pour commencer lundi matin. Cela ne m'arrive jamais d'habitude."

Nadia Ayaida, responsable recrutement et formation du groupe Reside Etudes

"Grâce au salon, on a eu des candidatures spontanées, et ça nous a permis d'établir des contacts avec des personnes qui ne connaissaient pas notre groupe. D'une part on a fait du recrutement et de l'autre de la communication. Des prises de contacts intéressantes : on a eu beaucoup de demandes pour des stages. Concernant les C.V. reçus, on va rappeler un tiers des candidats, un tiers iront dans la base de données et le tiers restant est à peaufiner. On a eu des profils mixtes, autant de l'hébergement que de la restauration. Le salon a eu un impact positif, on ne pouvait pas faire mieux pour recruter..."

Franck Paci, directeur du restaurant de l'Opéra de Paris



Franck Paci, directeur du restaurant de l'Opéra de Paris.

"C'est un bilan très positif dans l'ensemble. On a réussi à avoir beaucoup de prises de contacts assez constructives. En étant à ce salon, les visiteurs ont pu s'apercevoir qu'un restaurant dans un opéra n'était pas utopique, mais bien réel. La plupart des candidats avaient envoyé leur candidature suite à notre annonce. Tous sont revenus

aujourd'hui sur le salon pour avoir un entretien avec nous. On a dû recevoir environ 250 C.V. Pour l'ouverture du restaurant de l'Opéra - prévue début juin -, on recherche 40 postes en salle et 30 en cuisine."

Éric Giroud Trouillet, directeur d'exploitation de la brasserie Balzar du groupe Flo

"On a vu aujourd'hui au salon qu'il y a un véritable engouement pour la restauration. Ça prouve que le secteur renaît : on a rencontré des personnes passionnées avec une réelle envie de décrocher un poste. C'est dommage que l'on n'ait pas eu assez de temps pour étudier toutes les candidatures ; mais pour certains, on va les rappeler. Globalement, on nous demandait des postes en salle, le métier se démocratise... Et, principalement des postes en brasserie - les candidats souhaitent rester dans une cuisine traditionnelle et française. L'enseigne Hippopotamus était la plus sollicitée (il en existe 150 à ce jour, et 20 supplémentaires devraient voir le jour)".



Éric Giroud Trouillet, directeur d'exploitation de la brasserie Balzar du groupe Flo.

Des visiteurs racontent

Pierre Cabassu : "Je suis actuellement en BTS hôtellerie-restauration à Ferrandi, à Paris, et l'année prochaine je vais intégrer l'Ifag pour faire une licence gestion et marketing en alternance. Je suis ici pour trouver une entreprise afin de poursuivre ma formation."



En BTS Hôtellerie à Ferrandi, **Pierre Cabassu** fait le tour des stands.

Julie Terda : "J'ai suivi une formation en marketing et j'ai travaillé dans la restauration pendant mes études. Je connais le secteur et j'aimerais trouver un poste qui allie les deux. J'ai déposé beaucoup de C.V. aujourd'hui."

Cynthia Ouzahrir : "Nous sommes 7 élèves de l'Afpa de Champ-sur-Marne (77). J'ai entendu ce matin à la radio que le salon avait lieu. Nous cherchons des stages et nous avons décidé de venir pour trouver des contacts."

Du coaching sur l'espace C.V. minute

Béatrice Melin, directrice de la société de coaching Alidade



Béatrice Melin, directrice de la société Alidade

"C'était un choix de conviction de participer au salon afin d'aider les candidats qui n'ont pas accès à nos prestations d'habitude. Fondée en 2003, notre société repose sur le coaching et la formation. Pendant toute la journée, nous avons proposé 2 types de soutien : d'abord collectif - les candidats s'inscrivaient en fonction de plusieurs thématiques, soit une aide pour la construction du C.V., de la lettre de motivation... - ou un coaching individuel de 20 minutes (sur une problématique de leur choix - la confiance en soi, le stress, comment arriver à sourire...). Je me suis

aperçue que les candidats aiment le secteur de la restauration, mais ils ne savent pas le retranscrire quand ils sont en face des recruteurs. Le conseil que je leur donne est de se tourner vers de l'accompagnement, et de se poser les bonnes questions."

“MAINTENANT, NOUS POUVONS NOUS VENDRE SUR LE SOCIAL”

Régis Marcon en visite au salon LHR-Emploi

Dans le cadre de sa mission sur l'apprentissage et dans sa volonté de mieux appréhender toutes les passerelles entre jeunes et employeurs, Régis Marcon, le triple étoilé de Saint-Bonnet-le-Froid (43), était sur le salon LHR-Emploi. Nous l'avons suivi dans sa visite.

Pourtant peu impressionnable, Régis Marcon est d'abord surpris par le coude à coude, inévitable compte tenu de l'afflux, dans les allées et à l'entrée du salon. “Des générations différentes, même si le créneau d'âge est dans l'ensemble relativement jeune. Des attentes très différentes et l'ambition affichée de trouver un poste dans nos métiers. C'est à la fois compliqué et rassurant”, dit-il en se dirigeant vers les ateliers de coaching dont les thèmes portent sur l'entretien d'embauche. “Ça, c'est très bien, lâche-t-il. Dans la profession, on ne sait pas faire. Même dans les grandes boîtes, ce n'est pas toujours ça. Chez les indépendants, il y a plein de petites choses qui pourraient tout changer : ne pas faire attendre quelqu'un qui a rendez-vous, le faire asseoir, ne pas lui donner de faux espoirs, lui parler de l'établissement, être dans la réalité et pas dans le négatif... Les candidats aussi doivent apprendre à se présenter, à poser les questions pratiques et utiles pour eux, à mettre en avant leurs capacités...”



Autour de Régis Marcon, Olivier et Bertrand Milinaire, à l'origine du salon.

“On est dans le concret”

Un peu plus loin, Régis Marcon s'arrête devant un panneau où sont clairement mis en avant les avantages des

postes proposés. “Maintenant, nous pouvons nous vendre sur le social ; avant, nous n'aurions jamais pu”, se réjouit ‘Monsieur Apprentissage’. La profession a d'autres atouts, notamment pour les personnes en réorientation. Sur le stand d'Umih Formation, Régis Marcon pointe du doigt le nouveau catalogue qui liste des CQP. “Le moyen d'apprendre un métier pour un jeune sans bagage, d'évoluer comme de changer de filière...”, résume l'hôtelier restaurateur. “On est dans le concret, dans l'accessible”. Une réflexion lui traverse l'esprit. “En matière de formation, il faut qu'on cesse de tirer sur le bac pro en trois ans. Il y a de bonnes choses dedans. Relevons le débat et cessons de nous élever systématiquement contre l'Éducation nationale. Toutes les filières actuelles ont leur raison d'être.” Le mot de la fin ? Non, Régis Marcon aime se mêler à cette foule qui n'est autre que ‘sa famille’. Il y passera deux bonnes heures.

Sylvie Soubes
Vidéo Cécile Charpentier



“UNE SACRÉE VICTOIRE POUR LA PROFESSION”

Le fumoir de Tante Marguerite est conforme mais pas sa publicité

Les fumoirs d'un restaurant ne sont pas réservés à l'usage exclusif du tabac, il est possible de boire et manger : le tribunal correctionnel de Paris a tranché jeudi 10 mars en donnant gain de cause à Dominique Loiseau, qui a seulement été sanctionné pour la publicité faite à ce salon.

C'est une sacrée victoire pour la profession : on peut fumer et consommer dans ces salons réglementaires”, déclare **Dominique Loiseau**. Suite à l'interdiction de fumer dans les restaurants, entrée en vigueur en 2008, la célèbre restauratrice avait fait aménager un salon en fumoir à l'étage de son restaurant Tante Marguerite à Paris (VII^e) ainsi qu'au sein de son établissement le Relais de Saulieu, en Côte-d'Or. Ce salon clos est doté d'un extracteur de fumée, et d'un système de passe-plat évitant aux salariés d'être soumis au tabagisme passif. Le fumoir respecte bien toutes les contraintes imposées par la réglementation. Pour promouvoir ce salon fumeur, une publicité mais aussi le site internet du restaurant vantaient la possibilité “de déjeuner ou de dîner en toute quiétude et de s'adonner au plaisir de fumer”. Publicité qui vaudra à l'établissement de faire l'objet d'un reportage diffusé sur TF1 consacré aux endroits où il est encore possible de fumer dans la capitale... et de déclencher les foudres de l'association Droit des non-fumeurs (DNF) qui porte alors plainte pour non-respect de la loi Evin.



Une demande d'affectation unique rejetée

Trois griefs émanent de cette association. Le fumoir de Tante Marguerite ne serait pas conforme, car il doit être réservé à l'usage exclusif du tabac : il doit donc être interdit de manger ou de boire dans ce salon. Il était en outre reproché au salon de pouvoir être affecté au gré des demandes, aussi bien à l'accueil des fumeurs que des non-fumeurs. Également dans la ligne de mire, la publicité faite sur ce salon, qui sera d'ailleurs modifiée dès l'assignation. Jeudi 10 mars, le tribunal a reconnu que le fumoir était conforme et a par consé-

quent relaxé Dominique Loiseau sur ce premier point, tout comme il a rejeté la

seconde demande d'affectation unique de ce fumoir. En revanche, le tribunal a condamné le groupe Bernard Loiseau SA pour publicité et propagande en faveur du tabac à 3 000 € et la société exploitant le restaurant Tante Marguerite à 2 000 €. Il faut ajouter à cela les 4 000 € de dommages intérêts à verser à DNF, qui a aussi obtenu 1 600 € au titre de l'article 475-1 du code pénal en dédommagement des frais engagés. À l'issue de l'audience, **Gérard Audereau**, président de DNF, s'est déclaré satisfait du jugement mais attend de lire les attendus de la Cour.

Pascale Carbillat

Le fumoir doit correspondre à des caractéristiques techniques très strictes

Si la loi a posé l'interdiction de fumer dans les lieux publics, elle permet toutefois la mise en place de fumoir dont les caractéristiques techniques ainsi que la surface maximum sont définies par l'article R.3511-3 du code de la santé publique. Il faut savoir que ces contraintes techniques sont draconiennes. Le but plus ou moins avoué de ce dispositif demeure que, face à ces contraintes, peu de professionnels les mettent en place. Ce local clos doit être équipé :

- d'un dispositif d'extraction d'air par ventilation mécanique permettant un renouvellement d'air minimal de 10 fois le volume de l'emplacement par heure. Ce dispositif est entièrement indépendant du système de ventilation ou de climatisation d'air du bâtiment. Le local est maintenu en dépression continue d'au moins cinq pascals par rapport aux pièces communicantes ;
- de fermetures automatiques sans possibilité d'ouverture non intentionnelle.

- Il ne doit pas constituer un lieu de passage.
- Il doit présenter une superficie au plus égale à 20 % de la superficie totale de l'établissement au sein duquel les emplacements sont aménagés sans que la superficie d'un emplacement puisse dépasser 35 m². Ce texte précise aussi que le fumoir doit être une salle close, réservée à la consommation du tabac et dans laquelle “aucune prestation de service ne doit être délivrée”. Le texte interdit de délivrer des prestations de service mais pas de consommer. Pour pallier cette interdiction, le salon de Tante Marguerite est donc équipé de passe-plat. En outre, pour faire nettoyer ce fumoir par un des salariés de l'entreprise, il faudra attendre une heure minimum après le départ du dernier consommateur et à la condition que pendant ce délai l'air ait été correctement renouvelé selon les normes édictées ci-dessus.

Pour le Synhorcat, Dominique Loiseau gagne contre les ‘ayatollahs’ de l'interdiction de fumer

Dans un communiqué, l'organisation professionnelle a estimé que : “la justice a reconnu que **Dominique Loiseau** a appliqué ce que demande le Synhorcat aux professionnels : “La loi, rien que la loi”. Le Synhorcat avait assuré Dominique Loiseau de son bon droit et conseillé en ce sens lorsqu'elle avait installé des fumoirs dans ses établissements qui répondaient parfaitement à la protection de ses salariés et des non-fumeurs. En effet, le Synhorcat a toujours milité pour l'interdiction de fumer dans les lieux publics. La santé et la protection des non fumeurs est l'objectif de tous les citoyens responsables à condition que cela ne devienne pas un combat d'ayatollahs. D'ailleurs le décret ‘Xavier Bertrand’ est destiné à protéger les non-fumeurs et les salariés du tabagisme passif. C'est pour cette raison que le Synhorcat l'a soutenue. Le Synhorcat félicite Dominique Loiseau qui est ainsi le symbole du ‘respect de la loi, rien que la loi’ !”

UNE DÉLÉGATION DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DES MAÎTRES RESTAURATEURS AVAIT RENDEZ-VOUS AU SÉNAT

États généraux de la restauration traditionnelle, 3^e édition

Le titre de Maître restaurateur, bien qu'il soit au cœur de la démarche qualité dans le domaine de la restauration traditionnelle, ne bénéficie pas encore suffisamment de reconnaissance tant auprès des professionnels que du public.

Après le ministère de l'Agriculture en 2008, l'Assemblée nationale en 2009, la 3^e édition des États généraux de la restauration traditionnelle artisanale a fait étape mardi 15 mars au Palais du Luxembourg à Paris, sur une idée de **Jean-Marc Pastor**, sénateur du Tarn, et de **Claude Izard** président des Cuisineries gourmandes et vice-président de l'Association française des Maîtres restaurateurs (AFMR). Le thème central de cette journée était consacré aux "restaurateurs engagés dans une démarche qualité officielle, partenaires dans les grands projets autour de l'alimentation et de la gastronomie". Ces débats permettent de croiser les points de vue des restaurateurs qui s'engagent dans une démarche qualité, mais aussi des producteurs et des représentants de l'administration. Les débats de la journée commencent avec la présentation des démarches qualité officielles dans le domaine de la restauration traditionnelle en insistant plus particulièrement sur le titre de Maître restaurateur. L'occasion de faire un bilan d'étape du titre, dont le premier a été délivré en avril 2008. Trois ans après sa mise en place, on compte 1 500 professionnels titulaires.

Loin de l'objectif visé

"Je note avec satisfaction que ce dispositif réglementaire n'est pas contesté", constate **Thierry Pean** de la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), rappelant que ce dispositif a été élaboré avec les organisations professionnelles du secteur de la restauration.



Maîtres restaurateurs et leurs producteurs au Sénat pour ces 3^e États généraux de la restauration traditionnelle artisanale.

Néanmoins, on demeure encore loin de l'objectif visé dans le contrat d'avenir qui en prévoit à terme 3 000. D'autant plus que l'on constate un ralentissement du nombre de demandes. Les résultats sont en outre très différents d'un département à l'autre. Ce ne sont pas nécessairement les départements touristiques qui présentent le plus de Maîtres restaurateurs. En fait, c'est l'investissement humain sur le terrain qui permet le développement de ce titre.

Manque de lisibilité

L'association des Maîtres restaurateurs étant maintenant constituée, il faut développer ses outils et notamment son site web sur lequel est disponible la liste des Maîtres restaurateurs et faire connaître ce titre au plus grand nombre, tant parmi les professionnels que les clients. Dans l'avenant au

contrat d'avenir, qui doit être conclu prochainement avec la profession, il est d'ailleurs prévu d'instaurer des mesures pour développer ce titre. L'animateur de ces débats, **David Frambourg**, interpelle l'assistance en demandant : "Qu'est-ce qui empêche les autres restaurateurs de venir nous rejoindre ?" Plusieurs freins sont évoqués, notamment le manque de lisibilité auprès des clients. La salle est unanime pour mentionner un déficit de communication de ce titre. Certains vont même jusqu'à regretter la disparition du classement des restaurants de tourisme, qui s'exprimait en étoiles et a, depuis, été remplacé par ce titre de Maître restaurateur.

Autre point qui fait peur aux candidats, le contrôle effectué par l'un des 4 organismes certificateurs, mais aussi le pourcentage de produits frais devant être utilisé. "Tant mieux si ce contrôle fait peur, cela veut dire que celui-ci est sérieux" déclare **Daniel Etienne Defaix**, Maître restaurateur à Chablis (89). Autre souci, les professionnels qui souhaitent effectuer des travaux pour se mettre aux normes rencontrent d'énormes difficultés à pouvoir bénéficier des fonds de garantie d'Oséo. "En deux ans, nous n'avons pas réussi à monter un dossier en direct avec Oséo", déplore **Jean-Paul Henin**, président de CPIH 72 et Maître restaurateur. Il est d'ailleurs prévu d'assouplir le dispositif de garantie d'Oséo dans l'avenant au contrat d'avenir afin de permettre aux restaurateurs de pouvoir en bénéficier.

Pascale Carbillet



16°, 2° et -18° ! PRENEZ LES 3 !

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

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



TRANSGOURMET

Engagé à vos côtés

N°Azur 0 811 65 65 88
PRIX APPEL LOCAL

www.transgourmet.fr



UNE DÉLÉGATION DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DES MAÎTRES RESTAURATEURS AVAIT RENDEZ-VOUS AU SÉNAT

États généraux de la restauration traditionnelle, 3^e édition

Le titre de Maître restaurateur, bien qu'il soit au cœur de la démarche qualité dans le domaine de la restauration traditionnelle, ne bénéficie pas encore suffisamment de reconnaissance tant auprès des professionnels que du public.

Après le ministère de l'Agriculture en 2008, l'Assemblée nationale en 2009, la 3^e édition des États généraux de la restauration traditionnelle artisanale a fait étape mardi 15 mars au Palais du Luxembourg à Paris, sur une idée de **Jean-Marc Pastor**, sénateur du Tarn, et de **Claude Izard** président des Cuisineries gourmandes et vice-président de l'Association française des Maîtres restaurateurs (AFMR). Le thème central de cette journée était consacré aux "restaurateurs engagés dans une démarche qualité officielle, partenaires dans les grands projets autour de l'alimentation et de la gastronomie". Ces débats permettent de croiser les points de vue des restaurateurs qui s'engagent dans une démarche qualité, mais aussi des producteurs et des représentants de l'administration. Les débats de la journée commencent avec la présentation des démarches qualité officielles dans le domaine de la restauration traditionnelle en insistant plus particulièrement sur le titre de Maître restaurateur. L'occasion de faire un bilan d'étape du titre, dont le premier a été délivré en avril 2008. Trois ans après sa mise en place, on compte 1 500 professionnels titulaires.

Loin de l'objectif visé

"Je note avec satisfaction que ce dispositif réglementaire n'est pas contesté", constate **Thierry Pean** de la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), rappelant que ce dispositif a été élaboré avec les organisations professionnelles du secteur de la restauration.



Maîtres restaurateurs et leurs producteurs au Sénat pour ces 3^e États généraux de la restauration traditionnelle artisanale.

Néanmoins, on demeure encore loin de l'objectif visé dans le contrat d'avenir qui en prévoit à terme 3 000. D'autant plus que l'on constate un ralentissement du nombre de demandes. Les résultats sont en outre très différents d'un département à l'autre. Ce ne sont pas nécessairement les départements touristiques qui présentent le plus de Maîtres restaurateurs. En fait, c'est l'investissement humain sur le terrain qui permet le développement de ce titre.

Manque de lisibilité

L'association des Maîtres restaurateurs étant maintenant constituée, il faut développer ses outils et notamment son site web sur lequel est disponible la liste des Maîtres restaurateurs et faire connaître ce titre au plus grand nombre, tant parmi les professionnels que les clients. Dans l'avenant au

contrat d'avenir, qui doit être conclu prochainement avec la profession, il est d'ailleurs prévu d'instaurer des mesures pour développer ce titre. L'animateur de ces débats, **David Frambourg**, interpelle l'assistance en demandant : "Qu'est-ce qui empêche les autres restaurateurs de venir nous rejoindre ?" Plusieurs freins sont évoqués, notamment le manque de lisibilité auprès des clients. La salle est unanime pour mentionner un déficit de communication de ce titre. Certains vont même jusqu'à regretter la disparition du classement des restaurants de tourisme, qui s'exprimait en étoiles et a, depuis, été remplacé par ce titre de Maître restaurateur.

Autre point qui fait peur aux candidats, le contrôle effectué par l'un des 4 organismes certificateurs, mais aussi le pourcentage de produits frais devant être utilisé. "Tant mieux si ce contrôle fait peur, cela veut dire que celui-ci est sérieux" déclare **Daniel Etienne Defaix**, Maître restaurateur à Chablis (89). Autre souci, les professionnels qui souhaitent effectuer des travaux pour se mettre aux normes rencontrent d'énormes difficultés à pouvoir bénéficier des fonds de garantie d'Oséo. "En deux ans, nous n'avons pas réussi à monter un dossier en direct avec Oséo", déplore **Jean-Paul Henin**, président de CPIH 72 et Maître restaurateur. Il est d'ailleurs prévu d'assouplir le dispositif de garantie d'Oséo dans l'avenant au contrat d'avenir afin de permettre aux restaurateurs de pouvoir en bénéficier.

Pascale Carbillet



16°, 2° et -18° ! PRENEZ LES 3 !

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

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



TRANSGOURMET

Engagé à vos côtés

N°Azur 0 811 65 65 88
PRIX APPEL LOCAL

www.transgourmet.fr



APRÈS LE CHOC DE LA CATASTROPHE

Au Japon, angoisse et attente

Installés en majorité à Tokyo, les chefs français n'ont à déplorer que des dégâts matériels peu importants. Mais beaucoup d'entre eux ont fermé leur établissement dans la crainte d'un prochain séisme voire d'un tsunami. Après le choc du premier tremblement de terre, c'est l'appréhension qui domine.

« Une situation est inquiétante, notamment les risques nucléaires, dit **Joël Robuchon**, parmi les pionniers des chefs français au Japon. J'affectionne tellement le peuple japonais que je suis très peiné par cette catastrophe. Il n'y a pas eu de problème concernant mes équipes. Les restaurants [un restaurant 3 étoiles, La Table et l'Atelier de Joël Robuchon ont 2 étoiles, NDLR] ont été fermés mais rouverts dès dimanche. Seulement de la casse de vaisselle et de verres ! » En revanche, les deux restaurants gérés par le groupe Alain Ducasse à Tokyo, Benoît et Beige, sont fermés. Quelques dégâts chez Benoît ont été immédiatement réparés à la suite du premier séisme. « Nous sommes en contact avec nos collaborateurs tous les jours, même plusieurs fois par jour par mail. Aujourd'hui, ils quittent Tokyo », témoigne **Laurent Plantier**, directeur général du groupe Alain Ducasse.

« Voir l'évolution de la situation »

Avec Un Pré Verre à Paris et un second à Tokyo depuis 2007, **Philippe Delacourcelle** demeure aussi en contact étroit avec son équipe composée de 8 personnes via Skype et par téléphone. « Heureusement, nous sommes au cœur de Tokyo, dans un immeuble antisismique dernier cri. Il n'y a pas de blessés mais tout le monde est très choqué. Il faut savoir qu'à chaque secousse, il faut couper le gaz et l'électricité et se glisser sous les tables. Nous y sommes habitués, mais cette fois, les coupures d'électricité rendent le travail très compliqué. » Il devient franchement aléatoire de fournir une prestation convenable. « Nous allons fermer une journée et voir l'évolution de la situation. »



Marc et Philippe Delacourcelle, Le Pré Verre à Paris et Tokyo : « Tout le monde est très choqué. »

De plus, le personnel, à l'instar de nombreux salariés tokyoïtes, habite loin du centre. Et les transports fonctionnent de façon sporadique. Le personnel comme la clientèle a du mal à rejoindre son lieu de travail. Et ceux qui ont repris le travail rentrent chez eux le plus vite possible. Dîner au restaurant n'est pas la priorité. Reste le déjeuner où quelques clients montrent à nouveau le bout du nez. Qui dit problème de transport, dit difficultés d'approvisionnement. C'est le deuxième écueil pour les professionnels. Comme le souligne Philippe Delacourcelle, c'est justement de la zone sinistrée de Sendai, ravagée par le tsunami, que provient majoritairement le poisson.

Fermer ou rester ouvert

Dominique Corby, installé au Japon depuis près de vingt ans, a préféré fermer son restaurant étoilé, le Sixième

Sens, et la brasserie attenante qui ensemble emploient 25 personnes. « Dès la première secousse, nous avons évacué les clients et fermé le restaurant. Il y a quelques fissures dans les murs et des dalles ont bougé. Nous allons attendre pour faire des travaux, mais j'espère bien rouvrir la semaine prochaine. Je suis en contact avec des collègues. Beaucoup ont fait le même choix de fermer leur établissement et certains ont même préféré s'éloigner de Tokyo. Ceux qui restent ouverts reçoivent très peu de clients. On nous a avertis que d'autres secousses pourraient intervenir dans les heures qui viennent. Nous attendons les yeux rivés sur les écrans télé, en écoutant la radio et en s'appelant les uns les autres », confie Dominique Corby, un habitué de la centaine de secousses ressenties chaque année dans la capitale nipponne. « Je sais que certains Français ont déjà décidé de quitter définitivement le Japon. Pour ma part, quoi qu'il arrive, je resterai. »



Nadine Lemoine

Dominique Corby, le Sixième Sens à Tokyo : « Quoi qu'il arrive, je ne quitterai pas le Japon. »

IL OCCUPE AUJOURD'HUI LE POSTE DE VICE-PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Hubert Joly, p.-d.g. de Carlson, bientôt à la tête de Rezidor

La candidature d'Hubert Joly, président de Carlson et principal partenaire de Rezidor, a été proposée au poste de président du conseil d'administration du groupe. Une décision qui devrait être entérinée par l'assemblée générale du 13 avril prochain.

Hubert Joly, actuel président du groupe Carlson, devrait être nommé président du conseil d'administration de Rezidor, en remplacement de Urban Jansson, qui a fait valoir ses droits à la retraite. Cette décision devrait être entérinée lors de l'assemblée générale du groupe Rezidor, le 13 avril prochain à Stockholm en Suède. Hubert Joly, actuel président et directeur général de Carlson, groupe basé dans le Minnesota (États-Unis) et partenaire stratégique de Rezidor, s'est vu confier depuis 1994 la mission de développer en master franchise les hôtels Carlson en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique. Français d'origine, Hubert Joly a suivi un parcours sans faute dans le milieu des affaires. Diplômé d'HEC et de l'Institut d'études politiques, il rentre comme consultant au cabinet McKinsey en 1982 avant de le quitter en 1996 pour devenir vice-président d'Electro-



nic Data System (EDS) en Europe puis président d'EDS pour la France. En 1997, au forum de Davos, il est élu « dirigeant du futur ».

De Vivendi aux hôtels de luxe

En 1999, il quitte EDS et rejoint Vivendi pour devenir président de Vivendi Universal Games, plus particulièrement chargé de gérer les actifs américains de la compagnie. Mais en 2004, il quitte Vivendi, pour devenir di-

recteur général exécutif de Carlson Wagonlit Travel, un domaine où il réussit particulièrement bien faisant passer le volume d'affaires de 8,9 milliards de dollars (6,4 milliards d'euros) en 2003 à 25,5 milliards de dollars (18,8 milliards d'euros, environ) en 2007. Il est nommé président directeur général en 2008, en remplacement de **Marilyn Carlson Nelson** et entre au conseil d'administration de Rezidor Hotel Group où il occupe le fauteuil de vice-président.

Parallèlement, Hubert Joly est impliqué dans d'autres instances : membre du conseil d'administration de Ralph Lauren et membre de l'association américaine nationale du tourisme et de voyages où il tient un rôle de conseiller. Enfin, en octobre 2010, il a été nommé par **Hervé Novelli**, alors secrétaire d'État au tourisme, comme membre du jury chargé de valider les candidatures des hôtels de luxe au label 'palaces'.

Évelyne de Bast

IL AVAIT FONDÉ UNE BRANCHE RÉGIONALE DE L'UNION DE LA SOMMELLERIE DE FRANCE

Patrick Pagès s'est éteint

Vialas (48) Étoilé pendant dix ans en Lozère, ce cuisinier passionné par le travail sur les accords mets et vins est mort le 8 mars des suites d'une longue maladie.

« Une maladie a donc vaincu le chef et sommelier cévenol Patrick Pagès. Il s'est éteint le 8 mars, à l'âge de 61 ans, dans une maison de convalescence où il séjournait depuis plusieurs semaines, près d'Alès (30). Une disparition qui touche la gastronomie languedocienne dont il fut un acteur remarquable et apprécié pendant trois décennies. Dans la cuisine de l'Hôtelierie Chantoiseau à Vialas (48), son inspiration généreuse était marquée par un fort attachement aux produits de son terroir. L'étoile attribuée par Michelin en 1987 et conservée jusqu'en 1998 fut pour lui une consécration. La sommellerie française perd aussi l'un des siens. Patrick Pagès en fut un acteur important en créant, il y a trente ans, avec Georges-Albert Aoust une branche régionale de l'Union de la sommellerie française (UDSF) en Languedoc-Roussillon. Ambassadeur des vins de sa région, sa fierté fut de construire une carte aux 1 020 vins. Il poursuivit aussi cette mission avec passion à l'Espace Hérault à Paris qu'il anima pendant quelques années, comme à l'étranger où il intervenait aussi régulièrement. »

Générosité et amitié

Il avait pris sa retraite en septembre 2009 en accueillant ses amis sommeliers au cours d'une journée marquée par la générosité et l'amitié. Deux qualités qu'il entretenait le plus naturellement du monde. Mais il avait alors déjà fermé son restaurant en raison des difficultés économiques liées essentiellement à son isolement géographique, en plein cœur de la Lozère. Malheureusement, la maladie ne lui a pas permis de profiter de cette retraite qu'il aurait voulu consacrer à la peinture. Une activité artistique qui l'avait vu exposer avec succès à Paris, au printemps dernier. Sa dernière sortie officielle avec l'UDSF eut lieu dans le cadre de l'assemblée d'été que l'association régionale avait tenue à Carpentras et Châteauneuf-du-Pape, en août 2010. Quelques jours plus tard, il apprenait que le cancer qu'il pensait avoir déjà vaincu à deux reprises, avait décidé de l'obliger à livrer un nouveau combat. L'ultime. **Jean Bernard**



LA BOURSE

B. Loiseau	+ 3,77 %	↗
Groupe Flo	+ 6,43 %	↗
Sodexo	- 3,27 %	↘

ÉVOLUTION DU COURS ENTRE LE 07 ET LE 14-03-11

“IL FAUT VEILLER À RESPECTER LES RAPPORTS ENTRE TRADITION ET INNOVATION.”

Concours Kikkoman 2010-2011 : le lycée Ferrandi gagnant

Un trio d'élèves issu de l'établissement situé dans le VI^e arrondissement de Paris s'est illustré lors de la finale de la 17^e édition du concours organisé par le groupe d'origine japonaise.

Après avoir vu leur recette sélectionnée pour la demi-finale, les dix candidats étaient conviés le 14 mars dernier au lycée Grégoire Ferrandi (Paris, VI^e) sous la houlette du chef **Thierry Marx** (Mandarin Oriental, Paris I^e). Les 10 élèves de bac professionnel et BEP restauration (les deux sections fusionnant cette année) disposaient de trois heures et demie pour réaliser leur plat, ainsi qu'un dessert à partir du panier découvert la veille au soir de la finale. Sélectionné par Kikkoman, celui-ci comportait un canard de Challans, un pied de veau, des pommes de terre nouvelles, des carottes, du chou, différentes épices, du miel, du parmesan et bien sûr les sauces de soja Kikkoman que les candidats devaient savoir mettre en valeur à travers leur recette. En cuisine, le jury de chefs, qui comptait notamment en ses rangs **Jérôme Jaegle** (gagnant du concours en 1998), notait le travail de préparation. En salle, un jury de professionnels et de journalistes notait la présentation et la dégustation. Avant la remise des



Le lauréat du concours Kikkoman 2010-2011 **Minh Tai Ngo** et le président du jury **Thierry Marx**.

prix, Thierry Marx a tenu à remercier tous les élèves présents et leurs professeurs. Il a insisté sur l'importance de participer aux concours, qui permettent toujours aux candidats de gagner de l'assurance, de l'expérience et du professionnalisme. Le chef les a également encouragés à ne

pas négliger les bases : “même si la créativité est indispensable à notre métier, il faut veiller à respecter les rapports entre tradition et innovation.”

“Une expérience très enrichissante”

Minh Tai Ngo, élève en 2^e année de bac pro au lycée Ferrandi, remporte le premier prix de cette 17^e édition. Il pourra donc effectuer un séjour au Japon dans l'école culinaire Heisei. D'origine vietnamienne, Minh Tai Ngo racontait s'être directement inspiré de son expérience professionnelle à la présidence du Sénat (Paris, VII^e) pour élaborer sa recette, qui a séduit le jury pour sa parfaite exécution, son assaisonnement juste et son originalité. Présent dans le jury cuisine, le vainqueur de l'année dernière **Edouard Chouteau**, est venu féliciter le gagnant lui expliquant que le voyage au Japon était “une expérience très enrichissante professionnellement, mais surtout humainement”. Les gagnants des deuxième et troisième prix sont **Louis Autheman** et **Benjamin Chevreux**, également élèves au lycée Ferrandi.

Caroline Mignot

EN BREF

Coup d'envoi du Challenge foie gras des jeunes créateurs culinaires

Pour cette 7^e édition, le Cercle des Amoureux du Foie Gras a choisi pour thème : une terrine de foie gras agrémentée. Un impératif : utiliser du foie gras entier prêt à consommer, qu'il y ait au moins 50 % de foie gras, auquel seront ajoutés au choix : fruits secs, légumes, épices, herbes, magret fumé, etc. Ce challenge s'adresse aux jeunes cuisiniers et cuisinières en école, en apprentissage ou à des participants libres, âgés de 15 à 22 ans, en France. La finale aura lieu en octobre à Paris devant un jury de professionnels. Pour participer, il faut demander le bulletin d'inscription avant le 30 mai et le renvoyer avec une recette et une photo du plat avant le 30 juillet 2011 à : ADOCOM-RP, 11, rue du Chemin Vert, 75011 Paris, par téléphone au 01 48 05 19 00 ou par courriel à adocom@adocom.fr.

www.lefoiegras.fr

LES TRAVAUX ONT COÛTÉ 700 000 €

Le Mori Venice Bar change de braquet

Paris (II^e) Repris en 2005 par Massimo Mori, le restaurant italien de la place de la Bourse a procédé à de gros travaux pour mettre en place une seconde offre et préparer l'avenir.

Massimo Mori a deux casquettes : créateur et patron d'Armani Caffè à Saint-Germain-des-Prés et du Mori Venice Bar. Il court de l'un à l'autre tous les jours, veillant au respect des standards bien différents qu'il a mis en place. Deux restaurants de cuisine italienne incomparables sans aucun risque de cannibalisation, deux univers qui ont su fidéliser une clientèle à fort pouvoir d'achat. L'année dernière, il créait une terrasse à l'Armani Caffè face aux Deux Magots. Cette fois, il est concentré sur le virage que vient de prendre le Mori Venice Bar grâce aux travaux qu'il vient d'effectuer pour le restaurant en attendant ceux qui vont transformer le quartier. En effet, même si cela a pris du retard, le palais Brongniard et les alentours devraient d'ici 2012 subir de vrais changements. L'ancienne Bourse, classée monument historique, est vide. Elle devrait accueillir des commerces et des espaces d'exposition dans la nouvelle configuration prévue par la mairie. La gestion de la concession

fait l'objet d'un appel d'offres. L'idée est de redonner vie à ce coin de Paris. Il est même question de rendre piétonnières ou semi-piétonnières des rues alentours. En faire un pôle attractif. Massimo Mori a saisi la balle au bond. Sa problématique : déplacer son entrée face à la Bourse et faciliter l'accueil des clients, ouvrir la façade pour gagner un peu d'espace et de la lumière, et créer une terrasse. Le Mori Venice Bar a dû d'abord obtenir les autorisations du bailleur (SIIC de Paris), des monuments historiques, et des services techniques de la mairie afin de pouvoir éventuellement lancer les travaux confiés au cabinet Agostino Mainardi. Mais le projet lui-même est signé **Philippe Starck**. Le célèbre designer, qui vient de s'illustrer au Royal Monceau, est le concepteur de l'endroit depuis l'origine. Massimo Mori a repris les lieux à **Laurent Taïeb** avec l'engagement de réaliser toutes les futures évolutions avec Philippe Starck. Pas franchement un coup dur. Massimo Mori a donc travaillé avec la star de la déco pour moduler le nouvel espace et en profiter pour créer une deuxième offre grâce à la création du baccaro, bar vénitien où l'on déguste des cicchetti (“tapas vénitiennes”).

Le baccaro vénitien

Pour créer le bar (une dizaine de places), il a fallu sacrifier des tables. Au total, une quinzaine de places en moins. Mais désormais, le client a le choix. Le restaurant (80 places) avec un ticket moyen à 60 euros le midi et 80 euros le soir ou le bar avec ses portions (bouchées) à 5 euros. En général,



Massimo Mori anticipe le renouveau du quartier de la Bourse.

les clients dégustent 4 cicchetti. L'addition se compose de 20 euros en solide et la même chose en liquide. “Il y a une frange de clientèle fluctuante qui peut s'offrir du luxe de temps à autre. Ici, nous sommes perçus comme un restaurant cher. Avec le bar, nous ouvrons à une autre clientèle qui éventuellement choisira de venir côté restaurant gastronomique pour un événement. C'est une façon de démocratiser le luxe, sachant que les portions sont réalisées avec les mêmes produits”, explique Massimo Mori. La mise en place de la nouvelle offre a imposé une autre organisation mais pas d'embauche. Cela donne 30 salariés (50 % dédiés à la cuisine). Les travaux ont coûté 700.000 euros. Mais Massimo Mori table sur le nouveau dynamisme du quartier et les besoins de la clientèle en créant ce morceau de Venise au cœur de la capitale, ouvert 7 jours sur 7. Les clients ont suivi. L'ouverture, aux beaux jours, de la nouvelle terrasse ne devrait pas leur déplaire non plus.

Nadine Lemoine

MORI VENICE BAR
2 RUE DU 4 SEPTEMBRE • 75002 PARIS
TÉL. : 01 44 55 51 55
WWW.MORI-VENICEBAR.COM



Un comptoir d'une dizaine de places pour une nouvelle offre vénitienne.

“APPRÉHENDER DIFFÉREMMENT
NOTRE MÉTIER”

Le Tire-Bouchon : l'appétit vient en buvant

Toulouse (31) Laurence et Philippe Lagarde ont choisi de mettre en valeur leur métier de cavistes différemment, avec une cuisine qui privilégie les accords mets et vins.



Laurence et Philippe Lagarde : une passion qui mêle vins et cuisine.

À bout de dix ans d'exercice du métier de caviste, Laurence et Philippe Lagarde ont décidé de créer une cave à manger. “L'idée est née de l'envie de partager une expérience et d'appréhender différemment notre métier. Quand on vend une bouteille de vin, on n'a pas de retour immédiat. Le client part, on ignore si on le reverra. Là, avec la cuisine, on a une réaction spontanée. Faire des accords mets et vins, c'est comme si nous étions devenus sommeliers”, résume Philippe Lagarde. Son épouse, Laurence, est en cuisine. Le choix est réduit et change tous les jours. De 2 à 3 entrées et 2 plats. “Les entrées sont contemporaines, les plats classiques”, dit-elle. Citron vert, gingembre et coriandre permettent d'aborder d'autres vins, de côtoyer les sucres résiduels. Le fait de cuisiner a transformé l'approche de la cave à vins. “Cela dope les ventes. Les gens achètent souvent la bouteille bue à table”, souligne Philippe Lagarde.

20 personnes sur deux niveaux

La cave à vins, véritable mouchoir de poche, peut accueillir 20 personnes sur deux niveaux : au rez-de-chaussée, c'est-à-dire au niveau de la boutique, et en sous-sol avec les cartons de vins pour décor. “La cave n'est pas ouverte le soir sauf sur requête et le vendredi avec des soirées autour de tapas ou sur des thèmes comme les Saint-Jacques et la truffe, les choux farcis. On se fait plaisir, on fait du sur mesure. Nous n'avons pas de nécessité économique à grossir”, souligne Philippe Lagarde. Bernard Degioanni

LE TIRE-BOUCHON

23, PLACE DUPUY
31000 TOULOUSE
TÉL. : 05 61 63 49 01

Concours national Les Délices à la Fourme d'Ambert parrainé par Serge Vieira

Réservé exclusivement aux élèves des écoles hôtelières françaises (BEP, CAP et Bac Pro), ce concours est organisé tous les 2 ans. Pour cette nouvelle édition, après la sélection sur recettes, les 8 finalistes devront présenter deux recettes conjuguant harmonieusement la fourme d'Ambert et une trilogie de tapas de l'océan en entrée et une pintade fermière d'Auvergne, en plat principal. Le tout à travers un panier de produits du terroir imposé. La finale du concours se déroulera devant un jury composé de spécialistes de la gastronomie le jeudi 24 mars 2011 au lycée hôtelier de Chamalières (Puy-de-Dôme). Le concours sera présidé par Thierry Chelle, Les Copains à Ambert, et placé sous le haut patronage de Serge Vieira, Boccuse d'Or 2005, installé à Chaudes-Aigues (15). Les recettes primées seront toutes éditées à plusieurs milliers d'exemplaires et feront l'objet d'une promotion auprès des chefs cuisiniers de toute la France. Elles seront également disponibles en téléchargement sur le nouveau site internet de la fourme d'Ambert : www.fourme-ambert.com

UN CONCOURS OUVERT AUX PROFESSIONNELS ET AUX ÉTUDIANTS

Patrick Subreville remporte le 8^e trophée André Jeunet

Arbois (39) C'est un Normand qui s'est imposé lors de ce concours de cuisine dédié aux produits du cru, en présence de nombreux chefs dont Jean-Paul Jeunet, Jacques Lameloise et François Gagnaire.

Une bouteille de vin jaune adjugée à 57 000 € et 60 000 personnes dans les rues d'Arbois : la Percée du vin jaune 2011, qui a eu lieu le week-end, du 5 et 6 février à Arbois, fut ce qu'on appelle un beau cru. Dans le cadre de cette manifestation, se déroulait la 8^e édition du trophée André Jeunet, un concours de cuisine ouvert aux professionnels et aux étudiants. Le thème, cette année ? Une selle de veau désossée farcie pour 8 personnes à travailler avec des produits du cru imposés : vin jaune, charcuterie franc-comtoise, morilles et comté. Sélectionnés sur dossier, les candidats venus de toute la France se sont retrouvés sous un chapiteau. Le matin s'affrontaient les jeunes, étudiants et apprentis de la filière hôtelière. L'après-midi, c'était le tour des professionnels. Chaque concurrent avait trois heures pour réaliser et dresser son plat sous les yeux du public.

Un jury prestigieux

Après délibération, le jury présidé par le Jurassien Patrick Franchini, parrainé par François Gagnaire, étoilé au Puy-en-Velay (43) et composé d'un invité d'honneur, le triple étoilé Jacques Lameloise, a décerné les prix en présence de la grande toque arboisienne, Jean-Paul Jeunet : Patrick Subreville, chef-designer à Ferrière-sur-Clocher (27), a remporté le premier prix dans la catégorie professionnelle grâce à sa recette de Longe fermière de veau farcie aux morilles, rognons et pieds de veau, petites coques craquantes de polenta au vieux comté et gelée tremblotante au vin jaune. Dans la catégorie étudiants,



Jean-Paul Jeunet, restaurant Jean-Paul Jeunet, à Arbois, félicite le vainqueur, Patrick Subreville.

Louis-Édouard Gachet s'est imposé. L'élève du lycée Hyacinthe Friant de Poligny (39) a présenté une Longe de veau, sarment de jeunes légumes laqués au vin jaune. Les 2^e et 3^e prix ont été respectivement attribués à Frédéric Lorrain, demi-chef de partie au Rempart, à Tournus, Kaneko Ayumi, professeur de cuisine à l'école hôtelière Tsuji de Lièrgues (69) (catégorie professionnels), et Yasmine David Gnahoui, élève au lycée Toussaint Louverture à Pontarlier, et Camille François, du lycée du Parc de la Francophonie à La Rochelle (17) (catégorie étudiants). Un diplôme et de nombreux lots ont été remis à chaque participant. Julie Gerbet

25 000 MEMBRES À TRAVERS LE MONDE

Les Disciples d'Escoffier font leurs premiers pas en Argentine

Le 20 février s'est déroulé le premier chapitre d'intronisation des Disciples d'Escoffier d'Argentine. Une première en Amérique du sud.

L'esprit des Disciples d'Escoffier a su conquérir 25 000 membres à travers le monde. Pourtant, il aura fallu attendre cette année avant qu'une délégation ne voie le jour en Amérique du sud. La chef Elsa Manelphe a rejoint l'association l'an dernier, avec la charge de présider la future délégation argentine. La jeune femme, qui exerce ses talents dans un restaurant en Uruguay et lors d'ateliers de cuisine à Buenos Aires, a organisé le premier chapitre d'intronisation des Disciples d'Escoffier d'Argentine le 20 février, en présence de Lucien Mongelli, co-président des Disciples pays catalan & occitan, et d'Alex Charlettine, chef des cuisines du lycée-collège parisien Honoré de Balzac. C'est à Buenos Aires, dans le restaurant Sirop, qu'a eu lieu cette cérémonie. Au total, dix nouveaux intronisés : les chefs Elizabeth Fleitas, Laura Rosano, Marta Ramirez, Liliana Numer, Alexandre Sourou, Leandro Caffarena (cuisinier amateur, entrepreneur

et écrivain), Mariana Fusaro (éditrice, journaliste spécialisée en gastronomie et écrivain), Valentin Diaz Gilligan (entrepreneur et poète). Les chefs et nouveaux membres Paul Azema et Fons de Muynck n'ont pu assister à cette soirée.

Susciter des vocations

“Notre confrérie épouse l'esprit d'Escoffier. En plus d'être un grand cuisinier et un journaliste de la gastronomie, Auguste était un grand humaniste. Pour les Disciples d'Escoffier, le tutoiement, l'accolade fraternelle et la transmission des connaissances sont très importants”, rappelle Lucien Mongelli. La nouvelle délégation prévoit, dès

cette année, des sessions d'information dans les écoles argentines afin de susciter des vocations. D'autres projets sont d'ores et déjà évoqués. L'Uruguay accueillera un chapitre d'intronisation en septembre à Mendoza, haut lieu de la vitiviculture, l'an prochain. “L'objectif est de créer des interactions entre les disciples du triangle Buenos Aires, Montevideo et Mendoza”, déclare Elsa Manelphe. Et Lucien Mongelli d'ajouter : “Le Brésil et le Chili pourraient rejoindre ce mouvement international d'ici peu.”

Violaine Brissart

Elsa Manelphe (avec l'écharpe tricolore) préside la délégation argentine des Disciples d'Escoffier.



DANS UN BÂTIMENT CONÇU DANS L'ESPRIT DU MOUVEMENT 'LAND ART'

Le Jean des sables, nouveau restaurant gastronomique d'Hossegor

Construit en bordure de plage sur la côte basque, face à l'océan, cette table dirigée par l'étoilé Jean Cousseau et Patrice Lubet sera ouverte à l'année : une prouesse dans cette station estivale.

Parce que, dit-elle, "il n'y a pas de belle station sans belle restauration", la municipalité d'Hossegor a proposé au chef étoilé **Jean Cousseau** (Le Relais de la Poste à Magesq, 40) un vrai défi : diriger un restaurant à l'année dans une station qui vit principalement durant les vacances scolaires et les beaux mois d'été.

Le bâtiment du Jean des sables (haute qualité environnementale) conçu par l'agence parisienne Joly et Loiret se base sur le mouvement Land Art : les architectes ont pris en compte l'esprit du lieu, les formes, les matières pour construire ce restaurant, qui se fond littéralement dans la dune. La décoration de la salle (50 couverts) est minimaliste afin de mettre l'océan en valeur et reprend les couleurs du sable.



Un bâtiment ouvert sur la mer.



Une décoration minimaliste.

La cuisine (un équipement neuf de 250 000 €) s'ouvre largement sur la salle dans un jeu de clair-obscur, grâce à des planches en bois de pin des Landes.

Une entité à part entière

À l'âge où beaucoup prennent leur retraite, Jean Cousseau, 62 ans, s'est lancé dans cette nouvelle aventure. "Participer à un tel projet ne pouvait se refuser même s'il y a des contraintes", confirme-t-il. Il s'est associé au jeune chef

Patrice Lubet, ancien de la Guérinière à Gujan-Mestras (33), qu'il a formé au Relais de la Poste. Au Jean des sables, les deux hommes ont la volonté de mettre en avant les produits de la mer, achetés directement auprès des mareyeurs locaux. La carte est courte : 5 entrées, 5/6 plats, 6 desserts, 3 menus s'y ajoutent dont un à 39 € (3 plats) et un autre à 85 € (dégustation). Les recettes sont proposées par Patrice Lubet, qui a introduit avec discrétion les épices du monde, dans une volonté aussi de rompre avec la cuisine étoilée du Relais de la Poste afin de faire de ce restaurant gastronomique une entité à part entière. Une exception toutefois, avec le fameux Soufflé au chocolat et au pastis de Jean Cousseau. Le ticket moyen est de 80 €.

Il faut à présent gagner la confiance de la clientèle, notamment locale, surtout dans les mois difficiles de l'hiver, car le bail commercial de neuf ans établi par la mairie stipule que le restaurant doit être ouvert 6 jours sur 7, midi et soir. Jean Cousseau souhaite attendre une année entière d'exploitation avant de faire le bilan : "Dans l'immédiat, nous n'avons pas d'objectif de rentabilité en hiver, mais en tant que chef d'entreprise, je dois veiller". Pour l'instant, l'heure est à la communication : site internet, supports papier, nouvelles cartes... Les efforts sont récompensés, le Jean des Dunes est une parenthèse de détente et de découvertes gustatives.

Dominique Olina

JEAN DES SABLES

121 BOULEVARD DE LA DUNE • 40150 HOSSEGOR
TEL : 05 58 72 29 82

LE PANIER APÉRO, UN CONCEPT ORIGINAL

Le Vieux Tonneau, trois propositions en un seul lieu

Aix-en-Provence (13) Dans cet établissement, ouvert depuis un mois et demi, Ronan Guihot multiplie les possibilités autour du vin. Un beau succès annoncé.

Le Vieux Tonneau est d'abord un bar à vins, souligne **Ronan Guihot**, le propriétaire et créateur de l'enseigne. Je connais parfaitement les domaines dont je propose les références. La carte des vins et des champagnes va s'étoffer au fil des rendez-vous avec les viticulteurs. Et si j'ai choisi de fermer le lundi, c'est pour pouvoir me rendre dans les salons professionnels." Les tarifs au verre oscillent entre 4 et 5 €. Côté restauration : des assiettes de charcuteries (figatelli 100 % corse, jambon italien) de fromages ou, plus élaborée, l'Ardoise de brie et sa cuillère de tartufata qui tient toutes ses promesses. Des plats chauds seront bientôt proposés ainsi que des desserts.



Ronan Guihot, a tout pensé dans son établissement, même la décoration.

Le vin dans tous ses états

Côté cave, Ronan Guihot affirme être le moins cher de la ville. Outre des promotions régulières, ce dernier accorde une réduction de 20 % aux personnes qui viennent acheter leur vin au Vieux Tonneau et le dégustent chez eux. Des achats qu'il est possible d'effectuer jusqu'à 2 h du matin, unique à Aix-en-Provence. Autre concept original, le panier apéro : le client téléphone, indique le nombre de convives et le vin qu'il désire. S'il n'a pas d'idée, Ronan Guihot se charge du choix. Il ne reste plus qu'à venir chercher le panier, qu'il est possible de garnir de victuailles figurant à la carte. Des soirées à thème ont déjà été organisées pour partir, par exemple, à la découverte de vins italiens, espagnols...

Si le lieu n'est ouvert que depuis un mois et demi (uniquement le soir), la clientèle s'y presse déjà. Les jeunes branchés ont été rejoints par les trentenaires et les quadras amateurs de bons vins. Avec sa large sélection, Ronan Guihot devrait encore élargir sa clientèle. Car le jeune homme, qui a exercé dans des palaces de la Côte d'Azur et de Londres, n'a pas son pareil pour parler de vins. Des grands crus comme des vins de pays, et pas uniquement du Sud. L'ambiance est volontairement feutrée. La musique est douce et la décoration baroque est, comme le reste, une jolie réussite.

Hélène Dorey

LE VIEUX TONNEAU

17 RUE DES CHAUDRONNIERS
13100 AIX-EN-PROVENCE
TÉL. : 06 73 02 34 02

Depuis le 1^{er} janvier 2011, tous les salariés des Hôtels - Cafés - Restaurants bénéficient d'un nouveau régime complémentaire de santé obligatoire : médecine courante, hospitalisation, dentaire, optique... la prestation couvre l'ensemble des frais de santé à un coût particulièrement concurrentiel. Cette mesure sociale forte place la branche des Hôtels - Cafés - Restaurants parmi les plus soucieuses de la protection et du bien-être de ses salariés.

www.hcrsante.fr

INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LE RÉGIME : N° Vert 0 800 427 001
INFORMATIONS SALARIÉS ASSURÉS : N° Azur 0 811 460 665

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE DU LUNDI AU VENDREDI DE 9H à 18H
TAXE APPEL LOCAL, DEPUIS UN POSTE FIXE

Logo partners: Axa, Allianz, Groupe Morin, etc.

EN BREF

Le 2^e Congrès du snacking aura lieu le 9 juin 2011 à Paris

Après une première édition plébiscitée par ses 150 participants, le magazine France Snacking, avec le soutien du SNARR, du Leaders Club, du Salon Sandwich & Snack Show et du Geco, organise à Paris, le 9 juin 2011, le 2^e Congrès du snacking.

Chiffres, marchés, consommateurs, filières amont, expériences, grands témoins... Cette journée de rencontres et de conférences donne rendez-vous à tous les professionnels de la restauration rapide et nomade, en restauration hors domicile comme en grande et moyenne surface (GMS) autour de la thématique : 'Industriels, distributeurs, restaurateurs et boulangers : relevez les nouveaux défis du snacking?'

Casino Restauration, Daunat, Elior, Eurostaf, Food Service Vision, Gira Food Service, Groupe Flo, La Pânerie, Metro Cash & Carry, SSP, Total, Transgourmet ou Triballat ont d'ores et déjà répondu présent. Avec en point d'orgue plusieurs rendez-vous dont une table-ronde exceptionnelle autour des nouveaux concepts GMS de restauration avec la participation de **Jean-Marc Rihouey**, directeur des stratégies commerciales de proximité de Carrefour, **Jean-Pierre Lanzetti**, d. g. de Casino Proximité, **Laurent Fiscal**, directeur marketing de Franprix, **Ariane Delmas**, directrice marketing de Deli Traiteur mais aussi la participation du chef **Thierry Marx**... www.lecongresdusnacking.com

KFC débarque à Limoges

La première unité limousine du spécialiste du poulet verra le jour en mai prochain sur la zone nord de Limoges (87) sous forme d'une franchise. KFC a confié cette ouverture à **Loïc Médard**, ex-dirigeant commercial des porcelaines Médard de Noblat, qui a souhaité s'orienter vers une nouvelle activité. "Cette envie est en adéquation avec le concept de la marque, confie ce dernier, et le milieu de la restauration m'intéresse depuis longtemps. J'ai été séduit par le projet présenté par le franchiseur, qui véhicule des valeurs qui me sont chères."

L'enseigne du groupe Yum est présente en France depuis 1991, et affiche déjà 120 restaurants sur le territoire, dont 44 franchisés. Le site de Limoges est en construction sur 500 m² et deux niveaux, avec une aire de jeux et un drive, une terrasse de plein air et 150 places de parking. Le recrutement du personnel (70 embauches prévues) se poursuit. Le Pôle Emploi, partenaire de l'opération, confirme une majorité de CDI. Loïc Médard a créé pour l'occasion une société de gestion, baptisée PaulMax, et n'exclut pas de s'intéresser ensuite à des ouvertures de même nature sur d'autres villes du Limousin.

Jean-Pierre Gourvest

AVIS AUX ARTISANS

Des étudiants relookent des commerces de proximité version snacking

Bouchers, charcutiers, primeurs... Comment ces artisans des métiers de bouche peuvent-ils s'approprier le snacking ? À l'occasion du salon Sandwich & Snack Show, des étudiants de l'école de design Strate Collège (Sèvres, 92) ont planché sur des points de vente pouvant se greffer aux commerces de proximité. Mené en partenariat avec France Snacking, voilà de quoi 'nourrir' la réflexion pour l'avenir du secteur.

Six mois : c'est le temps imparti aux étudiants de troisième année de design du Strate Collège, école de design industriel basée à Sèvres (92), pour imaginer les développements possibles du snacking chez les artisans des métiers de bouches - bouchers, charcutiers, boulangers, primeurs, poissonniers... Trois problématiques ont rythmé leurs recherches : définir une cible, choisir un point de vente et imaginer des codes identitaires en adéquation avec leurs projets.

"À partir d'un commerce de proximité déjà existant, les étudiants devaient imaginer une offre de restauration snacking qui apporterait une réponse nouvelle aux artisans. L'idée : au lieu de fermer sa boutique entre 12 heures et 14 heures, à quoi peut-on penser ? Il y a un véritable potentiel dans le développement des points de vente et les artisans auront leur carte à jouer dans ce secteur", ajoute **Luc Joubert**, directeur de l'agence Onebuyone, partenaire de Strate Collège.

De la décoration au choix des produits, en passant par le service et le packaging, rien n'a été laissé au hasard. Tous ces travaux suscitent la réflexion et dévoilent un véritable potentiel dans le domaine du snacking, plus particulièrement pour les points de vente. "La plupart des étudiants ont très peu de connaissances sur le secteur de la restauration. Ils ont mené ce projet avec un regard neuf et sans préjugés, avec l'aide de France Snacking. Tous ces concepts sont fictifs, mais pour la plupart d'entre eux, ils sont réalisables. Avis aux artisans !" lance Luc Joubert. Voici quelques-uns des concepts qui ont été présentés à l'occasion du salon Sandwich & Snack Show :

Nom du concept : Organic soup

Concept Organic soup.

Univers : primeur

Idee : mettre en place un repas rapide, équilibré et facile à transporter, afin de capter la clientèle tout au long de la journée. Le concept pourrait se fonder sur une alimentation 'liquide' à base de fruits et légumes mixés, des préparations au blender sucrées ou salées de types soupes, jus, smoothies et milk-shakes, en fonction des saisons.

Projet : Création d'une cellule de 16 m² ; un bar placé dos à la rue permettrait de servir des formules à emporter avec une ouverture sur l'extérieur pour capter la clientèle de passage, et une table d'hôtes pour consommer sur place.

Nom du concept : Pick & cheese

Concept Pick & cheese.

Univers : fromagerie

Idee : comment rendre le fromage agréable à la consommation sans qu'il touche les doigts.

Projet : développer un concept de kiosque mobile à placer devant l'établissement. Fondé sur les brochettes de fromage agrémentées de fruits, légumes et charcuterie, il dispose d'un stand repliable pour un gain de place hors du service. Les fromages utilisés proviennent des portions restantes du magasin trop petites pour être vendues, ce qui veut dire une absence de pertes pour le commerçant.

Nom du concept : Chicken trip

Concept Chicken trip.

Univers : boucherie-rôtisserie

Idee : pour rendre le poulet snack compatible avec celui de la boucherie, le choix s'est porté sur les aiguillettes de poulet, une pièce qui cuit facilement et rapidement.

Projet : faire voyager le consommateur dans le monde via le snacking du poulet. Chacun choisit ses ingrédients par le biais de codes couleur affichés sur une mappemonde : ceux-ci lient chaque recette à son pays ou à sa région d'origine. Les produits sont cuits au wok en quelques minutes devant les clients.

Nom du concept : Rêves salés**Univers : pâtisserie**

Idee : revisiter une boutique moderne et récente existante en complétant son offre par une collection de produits salés mis en scène de manière différenciée du sucré.

Projet : Après avoir étudié la boutique La Pâtisserie des rêves de **Philippe Conticini** (Paris, VII^e) et ses codes graphiques, la réponse proposée s'appuie sur la construction d'une alternative salée vendue dans une partie clairement délimitée de la boutique. Un marqueur très visuel, de couleur aubergine, en rupture avec la charte graphique du lieu, signale cette nouvelle activité. Cette zone snacking prend place dans un espace bar de présentation des pâtisseries salées avec mange-debout, et se prolonge en façade par une ouverture sur la rue pour capter le chaland.

Hélène Binet



Concept Rêves salés.

PAR LE BIAIS DE CONTRATS SOUS FORME D'ENGAGEMENTS

Choice Hotels veut doubler son réseau européen en cinq ans

L'un des plus importants réseaux d'hôtels franchisés au monde souhaite renforcer sa présence dans trois pays clés : France, Grande-Bretagne et Allemagne.

Le nouvel objectif du groupe Choice (Comfort, Quality, Clarion...) est de doubler la capacité de son réseau dans les cinq prochaines années. "Il ne s'agit pas de le développer partout de façon identique, confie **Olivier Dupont**, nommé depuis février vice-président du développement européen. Nous développerons les marques différemment en fonction des besoins et de l'état du parc. En France, par exemple, les marques phare sont Comfort et Quality. Il s'agira donc de développer la marque Clarion. Dans les pays scandinaves en revanche, Clarion étant bien représentée, il s'agira plutôt de développer les autres marques." Grâce à ce rééquilibrage, Choice espère aussi tirer vers le haut son prix moyen. Le but de ce programme est, pour Choice, d'être présent partout, en particulier dans les principales villes européennes. "Nous devons absolument avoir des hôtels phare dans les grandes capitales, déclare Olivier Dupont, et nous n'hésiterons pas à investir nous-mêmes." Il n'est pas question d'investir dans l'immobilier mais plutôt d'établir des contrats sous forme d'engagements ('commitments') : "Nous



David A Pepper, vice-président du développement global, **Isabelle Rochelandet**, vice-présidente Choice Hotels France et **Olivier Dupont**, vice-président du développement européen.

voulons aller plus loin que le simple contrat de franchise, en montrant aux investisseurs que nous sommes engagés avec nos franchisés."

Mise en place d'un nouveau système de distribution

Choice a également décidé d'intervenir sur ses faiblesses, notamment sur le mode de distribution de ses hôtels en Europe, où ceux-ci n'étaient pas en interconnexion immédiate avec le réseau. C'est désormais chose faite avec, d'une part, la mise en

service de la première étape d'un plan d'investissement technologique, un vaste programme financé par la maison mère américaine (pour 8 M€) avec l'installation d'un logiciel d'exploitation PMS sur internet plus rapide, plus efficace et moins onéreux pour les établissements. "Les hôteliers vont pouvoir tout réaliser à partir d'une connexion internet, et pour un budget minimal, a précisé **Isabelle Rochelandet**, vice-présidente Choice Hotels France. Nous l'avons présenté en janvier à nos franchisés qui ont été tout à fait séduits." "Nous considérons que c'est un investissement majeur pour Choice, souligne **David Pepper**, vice-président du développement global, car il va permettre à tous les hôtels d'être plus lisibles sur le marché, et pour Choice, cela va nous permettre de mieux quantifier les flux de réservations générés par le système de réservation." Un outil forcément plus attractif pour les futurs franchisés.

Toutefois, souligne Olivier Dupont, "nous n'irons jamais investir dans l'immobilier, de même que nous ne ferons jamais de contrat de management. Le groupe Choice reste un réseau d'hôtels franchisés indépendants." Aujourd'hui, sans doute, mais demain, qui sait ? **Évelyne de Bast**

AVEC LE SOUTIEN DE SES PARTENAIRES FINANCIERS

B & B Hôtels a de grandes ambitions

Après une bonne année 2009, la petite chaîne 'écochic' affiche en 2010 une croissance de son chiffre d'affaires de + 16 %. D'ici à 2015, elle vise un parc de 300 hôtels (contre 227 aujourd'hui) et souhaite s'ouvrir sur la franchise.

Même en période de turbulences, la petite chaîne B & B Hôtels a toujours su garder le cap. En 2009, malgré la crise, elle affichait un résultat à deux chiffres. Son rachat par le fonds d'investissements Carlyle en 2010 lui a permis de trouver un nouveau souffle et d'accélérer son développement. Elle termine l'année 2010 avec un chiffre d'affaires en hausse de 16 %, à 215,2 M€ HT, un RevPAR augmentant de 4,5 % et un résultat net d'exploitation progressant de 25 %, à 47 M€. Le développement étant devenu l'enjeu prioritaire, la chaîne s'est restructurée. Désormais, le développement France est confié à **Marco Pimentel**, alors que **Georges Sampeur** s'empare de l'international. Tous les deux ont des objectifs ambitieux.

En France, d'ici à 2015, le groupe espère ajouter à son parc entre 60 et 100 hôtels supplémentaires. Des discussions sont en cours pour racheter notamment les hôtels du groupe JJW sous les enseignes Median et JJW Hotels & Resorts. "Nous avons fait une proposition pour une quinzaine d'hôtels, pour une enveloppe inférieure à 78 M€. Un budget a également été provisionné pour réaliser des travaux dans les hôtels à hauteur de 20 M€", explique Georges Sampeur. Le groupe B & B Hôtels assure avoir la confiance de ses partenaires financiers notamment ANF, InvestHotel, Foncière des Murs, Carlyle, ainsi que la trésorerie nécessaire depuis que la



Marco Pimentel et **Georges Sampeur** respectivement responsable du développement France et international de B&B Hôtels.

chaîne a revendu en 2009 les murs de ses hôtels en Allemagne.

Développement en Allemagne, Italie, Pologne

En Allemagne, où le groupe est passé de 8 hôtels en 2003 à 37 en 2010, B & B espère doubler la capacité du réseau et passer à 70 unités. Bâti par un designer allemand sur un modèle économique spécifique, les établissements ont acquis une vraie notoriété et ont vu leur volume d'affaires progresser de 61 % en 2010. B & B souhaite aussi s'étendre en Italie avec pour objectif d'atteindre entre 15 et 20 unités (contre 5 aujourd'hui). En Pologne, la chaîne voudrait ouvrir entre 10 et 15 établissements (1 seul aujourd'hui) et en Espagne, B & B espère récupérer des 'distressed assets', des actifs dépréciés en raison de la crise immobilière, soit une vingtaine d'hôtels. Toutefois, B & B reste prudent sur son modèle de croissance. La chaîne aborde la franchise, mais avec prudence. Pas question de modifier le produit qui constitue la

base de son fonds de commerce. "Nous n'avons pas vocation à faire de la franchise. En revanche, nous pouvons désormais envisager en France où notre produit est bien positionné." À l'étranger, B & B a décidé de négocier au cas par cas sur contrat, avec un engagement sur la durée et sur les résultats. Trois contrats ont déjà été signés à ce jour, au Portugal à Porto (l'hôtel ouvrira cet été 2011), au Maroc et aux Pays-Bas.

Le 'revenez management'

Ancrée sur son produit après un re-

positionnement réussi, la chaîne envisage de développer son modèle économique en pratiquant un prix unique "sans aucun contrat de groupe, ni contrat corporate et sans faire de yield". "Pourtant, en 2010, B & B a même augmenté son prix de revient, souligne Georges Sampeur, ajoutant dans un sourire, nous ne faisons pas de revenue management mais du revenez management". Un 'revenez' qui se traduit en termes de notoriété. En 2006, un Français sur 2 connaissait la marque ; en 2010, c'est 3 Français sur 4. **É. de B.**

DYNAMISEZ VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES!

- Adhésion gratuite à notre site Internet
- Commission de 13 %
- Aucun allotement
- Gestion du planning en toute autonomie
- Plus de 20 000 clients sociétés dont 3M, Auchan, Colas...
- Mise en avant de votre hôtel grâce à nos actions Marketing (moteurs de recherche, comparateurs de prix comme Kelkoo...)

N'attendez pas ! Contactez nos conseillers :
01 55 06 56 40 - hotels.france@HRS.com



HRS
The Hotel Portal

LA BOURSE

Accor

- 1,45 % ↓

SBM

+ 3,90 % ↑

Hôtels de Paris

- 2,63 % ↓

Club Med

- 3,41 % ↓

Groupe Partouche

- 3,64 % ↓

ENTRE LE 7 ET LE 14-03-11

OUVERTURE DE 15 HÔTELS PAR AN D'ICI 2013

La deuxième vie de la marque Steigenberger

Symbole de l'hôtellerie de luxe allemande, le groupe racheté par l'homme d'affaires Hamed El Chiaty cherche à diversifier et à s'implanter en Europe.

Avec presque quatre-vingts ans d'existence, la marque Steigenberger symbolise l'hôtellerie de luxe allemande. Rachetée en 2009 par l'Égyptien **Hamed El Chiaty**, fondateur de la holding Travco Group international (société de croisières et d'hôtellerie) le groupe Steigenberger est depuis juillet 2010 dirigée par **Arno Buijs**. Cet hôtelier néerlandais passé par Radisson et NH Hoteles (en tant que directeur de l'unité commerciale en charge du Bénélux, de la France, de la Grande Bretagne et de l'Afrique) souhaite redonner à la marque allemande sa place parmi les grands de l'hôtellerie de luxe dans le monde, en s'appuyant sur son identité allemande et sa notoriété. L'objectif du nouveau président consiste à moderniser le parc vieillissant et à développer le réseau par contrat de management ou par locations. Le parc des hôtels est en effet encore trop limité pour créer un effet réseau. Composé de 77 hôtels, implantés en Allemagne, Autriche, Suisse, Pays-Bas, et Égypte, Steigenberger Hotels & Resorts rassemble deux marques distinctes : celle regroupant 45 hôtels de luxe, 4 et 5 étoiles, généralement situés dans des emplacements stratégiques au cœur des villes ou dans des bâtiments historiques classés ; et la marque Inter City, ensuite, représentée par 32 hôtels (surtout développés en Allemagne et en Autriche), davantage dédiés à l'hôtellerie d'affaires avec la particularité d'être toujours situés à proximité d'une gare. Pour ces hôtels, le groupe a débloqué 100 M€ d'ici à 2014 dont 30 M€ iront aux



Le Steigenberger Grand Hotel & Spa à Heringsdorf en Allemagne.

hôtels Steigenberger de Dusseldorf et de Stuttgart et 20 M€ uniquement réservés au Steigenberger Frankfurter Hof, l'hôtel fleuron du groupe, à Francfort.

De nouveaux bureaux en France

Le groupe s'est fixé comme objectif d'ouvrir 15 hôtels par an d'ici à 2013 soit en fonds propres, soit en location simple, soit en mandat de gestion : 12 hôtels sont déjà planifiés dont le Steigenberger Grand Hotels à Leipzig, celui de l'île d'Usedom, situé sur la mer Baltique, ainsi qu'un Intercity à Bonn et à Darstadt, le Steigenberger de luxe situé près de l'aéroport International de Brandenburg à Berlin et l'hôtel Steigenberger de Brême.

Aujourd'hui confrontée à des phénomènes de croissance, la marque cherche à diversifier ses emplacements en développant des hôtels en France et dans des marchés prioritaires pour les clients allemands, soit en contrat de gestion soit en franchise, une forme d'exploitation sur laquelle le groupe avance prudemment par manque de maîtrise du produit. Des bureaux de commercialisation ont été récemment ouverts, notamment en France, pour mieux vendre l'hôtel sur les marchés majeurs pour le groupe. Parallèlement, il travaille son image d'hôtellerie haut de gamme en valorisant sa spécificité allemande, synonyme de sérieux et de confiance. Parmi ses atouts, la chaîne souligne l'excellence de sa cuisine, avec quelques 'perles' étoilées, et un chiffre d'affaires restauration dans les hôtels d'environ 40 % du total sur l'ensemble du groupe. L'exclusivité de la restauration du festival de Bayreuth lui est d'ailleurs réservée.

Évelyne de Bast

Le groupe en chiffres :

- 77 hôtels
- 270 M€ de chiffre d'affaires en 2010 (en hausse de 9 % par rapport à 2010)
- 150 salariés au siège à Francfort et 6500 personnes dans le monde.
- TO moyen : 63,5 % (+ 3,4% par rapport à 2009)
- Prix moyen (toutes marques confondues) de 92 € (+ 9 % par rapport à 2009).

SUR FOND DE RESTRUCTURATION

Marriott accentue son développement en Europe et en Russie

Ouverture de deux établissements pour le groupe avec le Courtyard Paris Arcueil, au sud de Paris, et le Courtyard by Marriott à Kazan, en Russie.

tablissement de 150 chambres, le Courtyard de Kazan est le 4^e hôtel du groupe en Russie, et sera bientôt suivi du Courtyard Moscou dans le courant de l'année. Situé en plein centre-ville, l'hôtel, propriété de Transstroibank, est géré sous contrat de gestion. Il répond en termes de confort et de situation aux exigences d'une clientèle d'affaires. Le Courtyard Paris Arcueil est le 5^e hôtel de la marque à ouvrir en France. Situé à proximité des transports en commun et du siège de plusieurs grandes entreprises, il dispose d'une capacité de 170 chambres. Il sera équipé de la technologie Go Board, un écran tactile de 57 pouces où l'on peut trouver des informations diverses (météo, sorties, bons plans pour égayer son séjour). Enfin, comme tous les hôtels Marriott, ces deux nouveaux venus participent au Marriott Rewards, le programme de fidélité du groupe qui compte 30 millions de membres.



Le temps partagé se sépare de l'activité hôtelière

En outre, Marriott International annonce pour le milieu de l'année la séparation de sa branche 'timeshare' (temps partagés, NDLR). Celle-ci deviendra autonome une fois la scission juridique et financière effectuée. La famille Marriott devrait cependant détenir environ 21 % des actions dans chacune des sociétés. La nouvelle société, dont le nom n'a pas encore été dévoilé et qui comprend 71 propriétés divisées en 33 000 locations par semaine, conservera le bénéfice des services offerts par le groupe dont le programme de fidélité Marriott Rewards. Totalemment autonomes, les deux sociétés auront chacune leur propre conseil d'administration et leur président, même si **Bill Marriott** reste le président directeur général de Marriott International, la branche hôtelière. Celle-ci conserve son inscription au New York Stock Exchange, alors que la seconde espère atteindre cet objectif très rapidement.

É. de B.

EN POURSUIVANT DANS 'L'ESPRIT' DE LA FAMILLE

L'Étape sans les Lani

Bouc-Bel-Air (13) Quarante-quatre ans après avoir créé un hôtel-restaurant dans la campagne aixoise, la famille Lani tourne la page. Lino, Marguerite, Bernadette, Lucien et Joseph ont vendu le fonds de commerce à 4 professionnels. Une nouvelle page se tourne pour ce Logis 3 étoiles.

a nouvelle a fait l'effet d'une bombe. Les **Lani** quittent l'hôtel-restaurant L'Étape Lani, propriété de la famille depuis 1967, Logis depuis 1976. Pour **Bernadette Lani**, émue aux larmes, "il s'agit d'une décision que nous avons prise ensemble avec mes parents, **Lino** (81 ans) et **Marguerite** (77 ans), et mes deux frères, **Lucien** (56 ans) et **Joël** (46 ans)". Elle ajoute : "il ne s'agit pas d'une mésentente familiale. Nous travaillons en famille depuis toujours, avec beaucoup d'amour entre nous. L'établissement [3 cheminées, 3 cocottes, 2 toques au Gaultmillau, table distinguée Logis, NDLR], fonctionne très bien avec ses 35 chambres, régulièrement rénovées, une très bonne clientèle affaire et tourisme. Nous n'imaginions pas vendre le fonds de commerce. Nous voulions poursuivre l'œuvre de nos parents. Quand la directrice de Christie + Co méditerranée nous a approchés courant 2010, nous avons saisi l'opportunité, d'autant que nos

successeurs sont des professionnels, qu'ils ont repris nos 10 salariés et vont poursuivre dans l'esprit Lani." Diagnostic confirmé par **Nathalie Bossuyt**, présidente de la société reprenneur : "notre objectif est de rester Logis, de maintenir la qualité de la maison et de la table et, d'ici trois ou quatre ans, d'apporter une touche de modernité." Pour les Lani, l'avenir est en stand-by. "Céder une affaire comme celle-ci, c'est beaucoup de travail et d'émotion. Pour le moment, nous voulons souffler un peu. On a tous énormément travaillé. Nous voulons d'abord profiter de la vie de famille que nous avons sacrifiée. Après, nous verrons."

Dominique Fonseca-Nathan

L'ÉTAPE

ROUTE DE MARSEILLE CD6
13320 BOUC-BEL-AIR
TÉL. : 04 42 22 61 90

WWW.HOTELAIX-ETAPE.COM



Lino, Joël, Lucien, Bernadette et Marguerite Lani en 2006 pour leur 40^e anniversaire d'affiliation aux Logis.

INTERNATIONAL

Rezidor : de bons résultats mais un équilibre difficile à trouver

L'année 2010 est une année toute en nuances pour Rezidor. En effet, les hôtels ont enregistré une bonne reprise de leur activité (à l'exception de certains pays nordiques) enregistrant un RevPAR en hausse de 4,6 % et un taux d'occupation qui augmente en 2010 de 3,9 points, par rapport à 2009 pour atteindre 65 %. En conséquence, le chiffre d'affaires du groupe a augmenté de 16 % passant de 677,2 M€ à 785,7 M€. L'Ebitda (excédent brut d'exploitation avant amortissement) est de 31,5 M€, contre 4,9 en 2009 et la marge de 4 % contre 0,7 % en 2009. Au global, Rezidor a grandement réduit le montant de ses pertes : celles-ci sont passées de 28,2 M€ en 2009 à 2,7 M€ et ce malgré un quatrième trimestre assez décevant sur le plan opérationnel puisque les coûts ont nettement dépassé les recettes. Rezidor a poursuivi son développement avec l'arrivée de 500 chambres supplémentaires au cours du dernier trimestre. Par ailleurs, le groupe a signé pour 1 800 chambres supplémentaires pour le dernier trimestre, soit 8100 pour l'année entière. Tous les projets d'hôtels ont été signés en contrat de management ou en franchises.

La France, seulement 4^e destination préférée en Europe

Selon Eurostat, l'office statistique de l'Union européenne, l'Espagne arrive en tête des destinations préférées en Europe (trafic domestique et trafic international inclus) avec 268 millions de nuitées, soit une hausse de 6,4 % par rapport à 2009. L'Italie arrive en 2^e position avec 245 millions de nuitées, en légère baisse par rapport à 2009, suivie de l'Allemagne (229 millions de nuitées), de la France (196 millions de nuitées) et du Royaume-Uni (166 millions de nuitées). Ces 5 pays réalisent 70 % des nuitées dépensées par les Européens. Certaines destinations enregistrent une hausse importante, comme l'Estonie (+ 16,9 %), le Danemark (+ 14,9 %) et la Hollande (+ 13,4 %). De son côté, l'Organisation mondiale du tourisme précise qu'en 2010, les arrivées des touristes internationaux ont augmenté de 7 %, après un recul de 4 % en 2009. L'Asie enregistre une croissance de + 13 % des arrivées (204 millions de touristes contre 181 en 2009), l'Afrique enregistre + 6 % d'arrivées (en raison notamment de la Coupe du monde de football), le Moyen-Orient affiche + 14 %. En Europe, en revanche, la croissance n'a été que de + 3 % (471 millions d'arrivées), alors qu'Amérique du nord et du sud ont enregistré + 8 % (151 millions d'arrivées). Les pays où la croissance a été la plus forte sont la Chine (+ 17 %), la Russie (+ 26 %), l'Arabie Saoudite (+ 28 %) le Brésil (+ 52 %).

DES HAUSSES SPECTACULAIRES

Baromètre mensuel Deloitte : des signes encourageants

L'étude du cabinet d'experts consacrée aux performances hôtelières pour le mois de janvier montre une hausse forte notamment sur le haut de gamme, mais ces indices positifs sont à mettre en perspective avec un début d'année 2010 où les résultats du secteur avaient été particulièrement difficiles. Un vent d'espoir souffle pour les professionnels en 2011, affirme Deloitte. Au point que, note le cabinet de conseil dans son étude de l'activité du secteur, "à Paris et en province, les hausses de RevPAR sont conséquentes grâce à une augmentation conjuguée des taux d'occupation et des prix moyen".

Une montée en flèche sur le haut de gamme

Les experts de Deloitte se montrent néanmoins mesurés, puisqu'ils mettent en perspective les bons résultats de 2011 avec les performances abyssales enregistrées l'an dernier à la même époque, et que, hors de la capitale et de quelques villes de province, "le niveau d'activités demeure modéré, avec un taux d'occupation inférieur à 50 % pour l'hôtellerie haut et milieu de gamme". Cela n'empêche pas les auteurs de se féliciter de ces bons résultats, particulièrement notables - et c'est une tendance déjà amorcée en 2010 - dans les segments 4 et 5 étoiles, mais aussi 3 étoiles. Parmi les facteurs de cette montée en flèche sur le haut de gamme, la croissance du PIB sur les marchés émergents, le retour de l'investissement et la reprise de l'activité séminaires et congrès. Plus globalement, les experts de Deloitte observent des "hausse spectaculaires à deux



chiffres" dans plusieurs villes de province : le cabinet relève les "très fortes hausses des recettes hébergement" dans toutes les catégories sur Lille, Angers, Metz, et Lyon, où ces hausses atteignent même 42 % pour les établissements haut de gamme, grâce à la tenue du Sirha, qui a bénéficié d'une bonne fréquentation.

Cette embellie reste néanmoins fragile. D'une part parce que certaines grandes agglomérations en sont restées à l'écart : Aix-en-Provence, Nantes, Nice et Marseille "s'effritent [sur] la majorité des catégories". D'autre part, parce que le secteur hôtelier est confronté à la conjonction de plusieurs phénomènes pouvant affecter négativement l'économie : croissance modérée de la zone euro et en France, poids de la dette publique française, chômage. "Les hôtels économiques et 2 étoiles pourraient être davantage touchés par ces facteurs", conclut le baromètre Deloitte.

UNE TENDANCE QUI DEVRAIT S'ACCÉLÉRER EN 2011

Les transactions hôtelières sont reparties en 2010

En 2010, d'après Jones Lang LaSalle Hotels, les investissements hôteliers ont atteint 9,3 milliards d'euros dans la zone Europe, Moyen-Orient, Afrique, soit une hausse de 113 % par rapport à 2009.

Dans la zone EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique), d'après le cabinet Jones Lang LaSalle Hotels dans son étude consacrée au bilan de l'investissement hôtelier en 2010 et perspectives 2011, les investissements dans l'hôtellerie ont atteint 9,3 milliards d'euros, soit une progression de 113 % par rapport à 2009. En termes de volumes d'investissements au niveau européen, la France se place en 2^e position avec 900 M€, derrière le Royaume-Uni, qui caracole en tête du continent, avec près de 2,4 milliards de transactions. L'Espagne arrive en 3^e position (425 M€).

"Nombreux actifs en portefeuille"

En France, toujours d'après Jones Lang LaSalle Hotels, parmi les transactions les plus marquantes, figurent celles du Lutétia au groupe Alrov pour 145 M€, et celle du Crillon à des membres de la famille royale saoudienne pour 250 M€. Toutes deux ont, rappelons-le, été réalisées par Jones Lang LaSalle Hotels. Également évoquée dans ce bilan, "la cession de nombreux actifs en portefeuille auprès des foncières françaises attirées par des rendements stables et des contrats de bail sécurisés" : externalisation des murs d'Accor pour 49 hôtels à Predica/Foncière des Murs pour 378,4 M€, et vente de B&B Hotels à Carlyle Private Equity, pour 184 M€. Enfin, Molinaro Koger, société de

conseil en actifs immobiliers hôteliers dont le siège se trouve à Washington, aux États-Unis, annonce, pour sa part, au cours des trois derniers mois, avoir réalisé pas moins de 9 transactions pour un montant total de 500 M\$ (359 M€), dont les plus beaux fleurons sont : Le Radisson Blu à Vienne, en Autriche (247 chambres), et aux États-Unis, le Grand Hyatt Tampa Bay en Floride de 445 chambres dont 23 suites le Hilton Alexandria Mark Center (496 chambres) et le Sheraton Première à Tysons Corner (443 chambres) tous deux en Virginie, le Xona Resort Suites, en Arizona. **Évelyne de Bast**



Le Radisson Blu à Vienne fait partie des transactions réalisées par la société Molinaro Koger.

tessali Des canapés lits haute couture sur mesure

9, rue Gustave Eiffel - 21, du Rocher Vert
77140 NEMOURS - FRANCE
+33 1 64 28 22 72
FAX : 01 64 28 94 03 - contact@tessali.fr

canapé lit BETTY dossier confort plumes

UN LIEN DIRECT ENTRE LA QUALITÉ DU MANAGEMENT ET LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Votre méthode de conduite de briefing est-elle adaptée à vos collaborateurs ?

Autre temps et autre public poussent les chefs d'équipe à manier la technique du briefing autrement. L'industrie hôtelière reste un employeur jeune, la majorité de ses effectifs a moins de 35 ans et ils appartiennent à la génération née avec un clavier au bout des doigts : ordinateur, smartphone, iPod, etc. Quelles en sont les conséquences dans la vie quotidienne de l'entreprise ?

Par André Picca, auteur du Blog des Experts 'Vendre plus au restaurant' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Le mode de fonctionnement a facilité l'accès à l'information, développé le regard lié au présent plutôt qu'à une projection dans l'avenir et, surtout, il pose des questions sur le 'pourquoi'. D'où le surnom de 'génération why'.

Les techniques d'animation de briefing sont surtout des méthodes de transmission d'informations descendantes et directives. Tandis que le responsable transmet des informations, le collaborateur enregistre ce qui lui est dit passivement, situation inconfortable n'incitant pas à la participation. C'est donc un contexte peu favorable à l'écoute.

Une méthode de briefing interactive

Lorsque l'on propose une méthode de conduite de briefing interactive, celle-ci permet de faire participer les membres de l'équipe aux différents thèmes et sujets abordés. L'expérience de la mise en pratique de cette méthode a prouvé son efficacité avec les collaborateurs : augmentation de leur participation, révision de certains domaines professionnels applicables dans l'entreprise, meilleure appropriation de leur rôle auprès de la clientèle ou au service de l'entreprise, meilleure régularité dans la fourniture des prestations aux clients. Il y a donc un lien direct entre la qualité du management dynamique et le chiffre d'affaires de l'entreprise. Il est probable que le briefing passe de 3 à 8 min, mais n'est-il pas préférable d'avoir 8 min de participation pour de meilleurs résultats plutôt que 3 minutes directives, où, reconnaissons-le, les collaborateurs subissent le système et font la sourde oreille ?

Une meilleure implication

Dans cette méthode, il vous est recommandé de réviser régulièrement les bases du métier appliquées dans votre entreprise. À titre d'exemple, voici comment formuler une question profes-

sionnelle lors d'un briefing et contribuer à la formation permanente de vos équipes :

Question 1 : Pour découvrir les attentes du client, quel type de questions allez-vous poser de préférence ?

Une question fermée, à laquelle le client pourrait se contenter de répondre par oui ou non est rarement efficace dans une situation de formulation de vente. Combien de serveurs abandonnent la proposition des premières boissons lorsqu'ils utilisent une question fermée comme "prenez-vous l'apéritif ?". Presque tous. En fait, il vaut mieux utiliser des questions ouvertes, c'est-à-dire des questions qui ouvrent le dialogue avec les clients, comme "Qu'allez-vous prendre pour vous désaltérer avant de réfléchir à votre commande ?". Et, à chacun sa formulation propre selon la catégorie de clientèle et d'établissement : "Qu'allez-vous boire pour commencer ?". Dans tous les cas, l'astuce consiste à poser une question ouverte qui commence par "Qui, quand, quoi, où, comment, pourquoi".

Question 2 : Quelle que soit la catégorie du restaurant, vous aurez des gestes de bienvenue, à la table. Citez-en 2.



© THINKSTOCK

• **Tirer la chaise** : certainement pas à la manière d'un laquais, mais tout simplement en lui donnant un effet de rotation latérale alors que le client s'apprête à s'asseoir.

• **Ajuster la table** : selon l'emplacement de la table (banquette, espace étroit), faites la bouger pour faciliter le passage du client.

• **Régler l'équilibre de vos tables** : avant le service, réglez-les, sous chaque pied, elles ont presque toutes une vis de réglage. Si toutefois elle est passée outre votre vigilance, appliquez la bonne méthode d'antan en ayant préparé dans vos consoles des rondelles de bouchons.

• **Ne quittez pas la table tant que les clients ne sont pas installés** : en plus d'appliquer une règle de politesse, vous remettrez les cartes, vous commenterez les suggestions ou donnerez les recommandations du jour. Souvenez-vous que l'un des meilleurs moments pour être écouté se trouve justement lors de ce premier contact, si vous prenez le temps de le faire à un rythme de débit de paroles régulier (halte au fast-flow, vive le slow-flow), et non pas lorsque vous retournez prendre la commande, il sera déjà trop tard, les clients auront fait leur choix.

Question 3 : Sur quelles parties du visage le client appréciera-t-il votre sourire ?

Sur vos lèvres bien sûr mais aussi dans votre regard. Selon *Le Guide de la communication* de Jean-Claude Martin, aux Éditions Marabout, on dénombre près de 50 expressions souriantes dans le regard. Faites-en l'expérience dès aujourd'hui, juste en observant autour de vous.

Il vaut mieux utiliser des questions ouvertes, qui ouvrent le dialogue avec les clients.

"MON CHEF, C'EST ESCOFFIER !"

Baco stimule son personnel

En attendant de déployer des filiales au Chili, le bar à vin Baco affine la gestion originale de son personnel, qui bouscule la gestion traditionnelle des ressources humaines et privilégie la mobilité.

Bacchus a ses adeptes jusqu'à Santiago du Chili. C'est pourquoi **Frédéric Le Baux** a ouvert Baco, mi-bar à vin mi-brasserie, dans la capitale chilienne.

Créée il y a trois ans, l'enseigne propose une carte française classique (avec deux valeurs sûres : le Filet à la béarnaise et le Confit de canard) et une cave de 300 étiquettes, pour un ticket moyen de 23 euros. Un bon rapport qualité-prix, un cadre en bois à la fois design et chaleureux, et une localisation dans le quartier cosmopolite de Providencia expliquent le succès



remporté par l'établissement. Baco, une cinquantaine de salariés, s'est ainsi agrandi en novembre dernier, atteignant 200 places assises et

Baco offre des salaires attractifs.

prévoit l'ouverture de trois filiales au Chili à l'horizon 2012.

Un personnel en rotation

Cependant, l'originalité de Baco réside moins dans son concept que dans sa gestion des ressources humaines. Ici, les salariés qui se destinent au métier de garçon font leurs premiers pas côté cuisine avant de travailler en salle et de suivre une formation approfondie de sommellerie, offerte par l'établissement. S'ils ont un "caractère de leader", ils pourront occuper le poste

de chef de salle, mais de manière alternée. "Chaque jour, deux garçons ont la responsabilité d'être chefs de salle. Le jour suivant, deux autres s'en chargent. Le principe est le même en cuisine, où le responsable change d'un jour à l'autre, explique le patron. Ces fonctions rotatives, ces formations offertes, cette absence de responsabilité permanente et des salaires attractifs (ils sont supérieurs d'un tiers à ceux proposés par la profession) signifient pour le personnel une stimulation accrue, une évolution rapide et des fonctions variées." Résultat : le Baco n'a pas de chef attiré. "Mon chef, c'est Escoffier, plaisante Frédéric Le Baux. Enfin, ses livres..." **Violaine Brissart**

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

Courrier des lecteurs & Blogs des Experts de Pascale Carbillet

L'absence maladie n'est pas prise en compte pour calculer les droits à congés payés

D'après ce que je viens de lire dans votre blog, un salarié qui a eu plusieurs arrêts maladie simples durant la période de référence voit le nombre de ses jours de congés payés diminuer. Si je cumule l'ensemble de ses arrêts (2 mois sur 8 mois) ces 2 mois n'ouvrent-ils pas droit aux congés payés ?

(Bob sur le blog 'Droit du travail en CHR : tous les contrats de travail')

Effectivement, l'absence pour maladie d'un salarié n'est pas prise en compte pour le calcul des droits à congés payés. Mais il n'est pas sûr que ce salarié n'ait pas droit à tous ses jours de congés payés du fait de son absence. En effet, en cas d'année incomplète, il faut pratiquer le calcul des équivalences.

Je vous rappelle que le droit à congé annuel se calcule sur la base de la période de référence qui commence le 1^{er} juin de l'année civile précédente et se termine le 31 mai de l'année civile en cours, soit pour cette année du 1^{er} juin 2010 au 31 mai 2011. En sachant que le salarié a droit à 2,5 jours par mois de travail, sans que la durée totale de ce congé puisse être supérieure à 30 jours ouvrables, soit 5 semaines de congés payés par an.

Si les règles sont relativement simples pour un salarié qui a travaillé pendant une année complète, il faut utiliser le calcul par équivalence pour un salarié qui n'a pas été présent pendant toute la période de référence, comme dans votre cas, avec des absences maladie. En effet, aux termes de la règle des équivalences fixée par l'article L.3141-4 du code du travail, un mois de travail effectif est équivalent à 4 semaines ou 24 jours de travail. Ce qui fait qu'un salarié a droit à la totalité de ses congés payés dès lors qu'il a travaillé 12 fois 4 semaines ou 12 périodes de 24 jours. L'année civile comporte 52 semaines, c'est-à-dire 13 fois 4 semaines ou 13 fois 24 jours ouvrables. Ainsi, un salarié malade sur la période de

référence, soit moins de 24 jours, ne verra pas son droit à congés payés entamé et aura droit à ses 30 jours de congés payés.

Comment calculer par équivalence ?

Le calcul par équivalence s'applique chaque fois que le salarié n'a pas travaillé pendant toute la période de référence et que ce mode de calcul favorise le salarié. Le mode de calcul est différent selon qu'il totalise des mois complets ou non, ou si le nombre de semaines ne tombe pas juste.

Votre salarié ayant été absent pour maladie à plusieurs reprises, il ne comptabilise donc pas des mois de travail complets, vous devez donc calculer ses droits à congés payés par tranches de 4 semaines. Chaque tranche de 4 semaines lui donnant droit à 2,5 jours.

Mais ses absences peuvent aussi conduire au fait que le nombre de semaines lui-même ne tombe pas juste, vous devez alors calculer ses congés sur des périodes de 24 jours.

Exemple : un salarié est entré dans l'entreprise le mercredi 13 octobre 2010. Il justifie donc de 32 semaines et de 6 jours de travail au 1^{er} juin 2011, soit un total de 198 jours ouvrables (32 semaines x 6 jours + 6 jours). Ce salarié aura droit à autant de 2,5 jours de congé qu'il y a de périodes de 24 jours, ce qui donne : $198 \div 24 = 8,25$. Il a donc travaillé 8 périodes complètes de 24 jours, ce qui lui permet d'obtenir $8 \times 2,5 \text{ jours} = 20 \text{ jours de congé}$.

Les jours de congés pour la naissance d'un enfant

Mon cuisinier va être bientôt père. Pouvez-vous me dire à combien de jours il a droit afin que je puisse m'organiser en conséquence ? Il me semble que la loi a rallongé la durée de ce congé qui est à présent de presque 15 jours. R.L. par courriel

Oui, on peut considérer que les pères bénéficient de 14 jours pour la naissance de leur enfant, mais ces jours ne sont pas soumis au même régime et surtout n'ont pas les mêmes conséquences financières. En effet, seuls 3 sont payés par l'employeur et les 11 autres par la Sécurité sociale.

L'article 25-1 de la convention collective des CHR du 30 avril 1997 prévoit que pour la naissance de son enfant, un père peut bénéficier de 3 jours de congés rémunérés, donc trois jours intégralement payés par l'employeur. Ce congé est pris au moment de la naissance. Pour en bénéficier, le salarié doit simplement informer son employeur et éventuellement justifier de cette naissance.

Quant aux 11 jours, il s'agit du congé paternité instauré en 2002 et réglementé par l'article L.122-25-4 du code du travail. Le congé paternité est accordé au père quelle que soit sa situation familiale. Peu importe le lieu de naissance ou de résidence de l'enfant et qu'il soit ou non à sa charge, dès lors que le père peut justifier sa filiation avec l'enfant et qu'un acte de naissance ait été établi.

La durée de ce congé est de 11 jours consécutifs, c'est-à-dire qu'il comprend les samedis, dimanches et jours fériés. En cas de naissance multiple, la durée de ce congé est de 18 jours consécutifs.

Le congé paternité doit être pris dans les 4 mois qui suivent la naissance de l'enfant. Il peut être pris immédiatement après les 3 jours, ou après mais de façon consécutive. Le salarié ne peut fractionner ces 11 jours et il peut aussi prendre moins que les 11 jours. L'employeur ne peut refuser ce congé à son salarié



© THINKSTOCK

à condition que ce dernier l'ait informé de la date et de la durée du congé par simple lettre et dans un délai d'un mois minimum avant la date à laquelle il entend prendre ces jours. Pendant ces 11 jours, le salarié est indemnisé par la Sécurité sociale et non par l'employeur.

Le salarié adresse à sa caisse primaire d'assurance maladie une copie de l'acte de naissance de son enfant ou une copie de son livret de famille mis à jour de cette naissance, ou encore une copie de l'acte de reconnaissance de l'enfant.

L'employeur, lui, doit remplir un formulaire 'attestation de salaire pour le paiement des indemnités journalières' (Cerfa n° 11135*02) qu'il doit adresser accompagné, le cas échéant, de la pièce justifiant le congé à la caisse d'assurance maladie du salarié.

Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet 'Droit du travail en CHR : tous les contrats de travail' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Vous souhaitez vous lancer dans la restauration ?

Vous êtes sur le point d'acquiescer un nouvel établissement ?

Des professionnels de la restauration vous accompagnent dans l'élaboration de votre business plan sur-mesure, avec des solutions adaptées à vos besoins.

www.businessplanresto.net



brioche Pasquier NOUVEAU

www.briochepasquier-pro.com

site internet dédié aux professionnels de la restauration

CONCEPTEUR - FABRICANT - DISTRIBUTEUR MOBILIER HÔTELS, RESTAURANTS, COLLECTIVITÉS

2 imahl

DYNAMISER VOTRE TERRASSE

www.2imahl.fr

ACTIFH International

Spécialiste en Hôtellerie Restauration depuis plus de 15 ans

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

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

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

RAPPEL DE VOS OBLIGATIONS AVANT LE PREMIER PLONGEON

CONFORMITÉ, SÉCURITÉ ET HYGIÈNE : VÉRIFI

Proposer une piscine dans son hôtel est un atout commercial indéniable. Avec l'arrivée des beaux jours, il est temps de faire le point sur les éléments de sécurité que vous devez offrir à votre clientèle. Votre piscine doit être équipée de l'un des 4 systèmes de protection prévus par la loi. Elle doit aussi répondre à des normes techniques bien précises, sans oublier des conditions d'hygiène.

La loi du 3 janvier 2003 relative à la sécurité des piscines a instauré un certain nombre de mesures de sécurité et de prévention obligatoires pour l'aménagement des piscines. Ceci dans le but de limiter le nombre des noyades mortelles de jeunes enfants en piscine.

Depuis le 1^{er} janvier 2006, toutes les piscines, qu'elles soient à usage familial ou collectif, doivent être équipées de l'un des 4 dispositifs de protection normalisés : il peut s'agir d'une barrière, d'une couverture de sécurité, d'un abri ou d'une alarme. Les caractéristiques des quatre systèmes de protection reconnus comme suffisamment fiables pour assurer la protection de ce jeune public ont été définies initialement par deux décrets en date du 31 décembre 2003 et du 7 juin 2004.

En juin 2008, suite à des tests sur les alarmes, la commission de sécurité des consommateurs (CSC), autorité administrative indépendante, avait alerté les pouvoirs publics sur la non-fiabilité de 5 modèles sur les 6 testés. Les pouvoirs publics ont réagi en fixant de nouvelles normes pour les alarmes de piscines par détection d'immersion, avec la publication d'un décret le 16 juillet 2009 confirmant aussi le retrait définitif de l'alarme Alpool JB.

Quelles sont les piscines concernées ?

L'article L.128-1 du code de la construction et de l'habitation prévoit que "les piscines enterrées, non closes privatives à usage individuel ou collectif doivent être pourvues d'un dispositif de sécurité normalisé visant à prévenir le risque de noyade".

Cette réglementation s'applique donc à toutes les piscines privées à usage individuel ou collectif de plein air, dont le bassin est enterré ou semi enterré.

Sont donc concernées :

- Les piscines des hôtels, des villages de vacances, des campings, des locations de vacances, des chambres d'hôte ;
- les piscines familiales (situées chez des particuliers pour leur usage personnel, ainsi que les piscines situées dans des résidences).

Vous ne pouvez pas refuser de suivre ces prescriptions au motif que vous n'accueillez pas d'enfants.

Ne sont pas concernées :

- les piscines situées dans un bâtiment ;
- les piscines posées sur le sol, gonflables ou démontables ;
- les établissements de natation (piscines réglementées par la loi du 24 mai 1951) qui sont d'accès payant et font l'objet d'une surveillance par un maître-nageur.

Vous devez être équipé au minimum d'un des 4 systèmes de protection

Depuis le 1^{er} janvier 2006, vous avez l'obligation d'être équipé de l'un des 4 dispositifs couverts par les normes NF. La loi permet au propriétaire de choisir son système de protection parmi des matériels de sécurité adaptés à ses contraintes budgétaires et techniques, comme par exemple la forme et l'implantation du bassin. Dans tous les cas, quel que soit le matériel choisi, la conformité à la norme doit être directement imprimée sur le produit lui-même, de façon lisible.

- **La barrière** : elle doit être réalisée, construite ou installée de manière à empêcher le passage d'un enfant de moins de 5 ans par enjambement ou escalade. Le système de verrouillage de l'accès doit résister aux actions d'un enfant de moins de 5 ans et ne pas provoquer de blessures.

La barrière doit correspondre à la norme NF P 90-306. Sa hauteur minimale doit être de 1,10 m entre deux points d'appui : ce qui veut dire que, si la barrière comporte un barreau à 10 cm du sol, elle doit faire au minimum 1,10 m à partir de ce barreau. Les portillons doivent être équipés d'une fermeture automatique et d'un double système d'ouverture nécessitant au moins deux actions manuelles.

- **La couverture de sécurité** : elle doit être réalisée, construite ou installée de façon à empêcher l'immersion involontaire d'enfant de moins de 5 ans. Elle doit également résister au franchissement d'une personne adulte et ne pas provoquer de blessures. Rigide, elle constitue un véritable 'couvercle' qui empêche de tomber à l'eau. Elle doit permettre de couvrir et de découvrir la piscine autant de fois que nécessaire dans la journée. Ses lattes doivent être réalisées en un matériau suffisamment ferme pour apporter une protection maximale. Elle doit être conforme à la norme NF P 90-308. Il faut faire attention à ne pas la confondre avec une bâche thermique souple flottante, utilisée pour maintenir l'eau à une certaine température, et qui ne constitue pas un équipement de sécurité.
- **L'abri** : il peut être amovible, télescopique, fixe, repliable ou gonflable, haut ou bas, mais ne peut échapper à la norme NF P 90-309. L'abri doit être refermé (fermeture sécurisée) après utilisation de la piscine. Son ouverture ne doit pouvoir être effectuée que par un adulte.
- **L'alarme** : les systèmes de détection de chute et d'immersion ou de détection de passage sont les seuls reconnus. Le décret n° 2009-873 du 16 juillet 2009 est venu fixer de nouvelles caractéristiques auxquelles doivent répondre les alarmes par détection d'immersion. Si vous disposez d'une alarme de piscine par détection d'immersion, vous devez vérifier qu'elle est bien conforme aux prescriptions imposées par ce décret. Vous devez être titulaire d'une attestation de conformité par rapport aux exigences définies par ce décret et délivrée par un organisme accrédité selon la norme EN/ISO 17 025.

Les nouvelles caractéristiques des alarmes par détection d'immersion

Ces alarmes doivent respecter les nouvelles exigences de sécurité fixées en annexe I du décret du 16 juillet 2009. Celui-ci prévoit qu'elles doivent notamment détecter la chute dans la piscine d'un enfant à partir de 6 kg. Il s'agit là d'une des nouveautés du décret. Auparavant, en effet, l'alarme devait se déclencher pour un poids minimal de

8 kg. Ce critère a donc été renforcé.

Ces alarmes doivent en outre fonctionner 24 heures sur 24, quelles que soient les conditions atmosphériques, en dehors des périodes où le système est volontairement neutralisé. Elles ne doivent pas se déclencher de façon intempestive. Il faut qu'elles disposent d'une autonomie suffisante et qu'elles soient équipées d'un système de signalisation d'alimentation faible, de défaut ou d'absence d'alimentation. Les commandes d'activation et de désactivation doivent être hors de portée d'un enfant de moins de 5 ans ou sécurisées.

Par ailleurs, il faut que ces alarmes de piscine par détection d'immersion portent de manière visible, lisible et indélébile, les indications suivantes :

- le nom ou la dénomination sociale du fabricant ou de l'importateur et son adresse ;
- une indication permettant d'identifier le modèle de l'alarme ;
- une indication permettant d'identifier le lot auquel appartient l'alarme.

Vous devez être en possession d'une note technique

Pour les piscines qui ont été construites à partir du 1^{er} janvier 2006, lorsque vous faites appel à un constructeur ou à un installateur, ce dernier doit vous remettre, au plus tard à la date de réception de la piscine, une note technique indiquant les caractéristiques, les conditions de fonctionnement et d'entretien du dispositif de sécurité retenu. Cette note doit vous informer sur les risques de noyade, sur les mesures générales de prévention à prendre et les recommandations attachées à l'utilisation du dispositif de sécurité.

La sécurité des piscines privatives à usage collectif

Les piscines privatives à usage collectif sont les piscines installées par exemple dans des hôtels, des villages de vacances, des campings ou des chambres d'hôte. L'importante fréquentation de ce type de piscine a nécessité l'instauration de règles plus contraignantes. Celles-ci sont prévues dans un arrêté du 14 septembre 2004. Ce texte impose que le bassin et les équipements techniques respectent certaines caractéristiques techniques, afin d'informer la clientèle sur les risques et qu'elle ne se blesse pas. Les piscines de particuliers pour un usage personnel ne sont donc pas concernées par les dispositions qui suivent.

Les dispositions relatives au bassin

Le texte contient un certain nombre de consignes

Pas d'obligation d'avoir un maître nageur dans les piscines d'hôtel

Les hôtels qui sont équipés d'une piscine, mais dont l'usage est réservé exclusivement à la clientèle, n'ont pas l'obligation d'avoir un maître nageur pour assurer la surveillance du bassin. Suite à une interprétation controversée des textes entre le ministère de l'Intérieur et le ministère de la Jeunesse et des Sports, le Conseil d'État, dans un avis du 26 janvier 2003, a tranché en déclarant que, pour les piscines d'hôtels et de camping, il n'y avait pas l'obligation d'assurer la surveillance par un maître nageur.

Dans cet avis, le Conseil d'État considère que "les piscines ou baignades situées dans des hôtels, campings ou villages de vacances, qui en réservent l'accès à leur clientèle, ne doivent pas être considérées comme des piscines ouvertes au public au sens de la loi du 24 mars 1951. Cette loi, qui a soumis à l'obligation de surveillance constante par du personnel qualifié et diplômé d'État toute baignade d'accès payant pendant les heures d'ouverture au public, ne s'applique donc pas à ces piscines et baignades, nonobstant l'intervention du décret du 15 avril 1991".

JURIDIQUE

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)

VEZ QUE VOS PISCINES SONT BIEN AUX NORMES



En tant que responsable de l'établissement, vous devez aussi procéder régulièrement à des opérations d'autocontrôle sur la qualité de l'eau. Ici, une piscine réalisée par la société Diffazur.

concernant le bassin proprement dit. Parmi les principales dispositions prévues par les articles 5 à 17, on peut relever dans ces consignes que :

- les parois et les fonds des bassins doivent être de couleur claire afin de permettre la vision du fond du bassin. Lorsque la turbidité de l'eau d'un bassin est telle que le fond n'est plus visible, ce bassin doit être immédiatement évacué.
- Les profondeurs minimales et maximales de l'eau de chaque bassin doivent figurer sur un panneau et un marquage est imposé sur le haut de la paroi verticale de façon à ce qu'elles soient visibles et lisibles depuis les plages et les bassins (article 7).
- Les grilles de goulottes doivent être fixées afin de ne pouvoir être démontées par les usagers.
- Les patageoires destinées aux enfants doivent être d'une profondeur maximale de 0,40 mètre, ramenée à 0,20 mètre à la périphérie du bassin (article 8 de l'arrêté).
- L'installation hydraulique doit comporter un système d'arrêt d'urgence 'coup de poing' pour permettre l'interruption immédiate des pompes reliées aux bouches de reprise des eaux et aux goulottes. Ce système doit être placé en dehors du local technique et être facilement accessible et visible. Il doit être équipé d'une vitre à briser pour accéder au bouton d'arrêt et son réarmement ne peut être effectué, au moyen d'une clef, que par le personnel autorisé (article 13 de l'arrêté).

Sécurité des équipements et matériels

Tout équipement ou matériel nécessitant une utilisation particulière doit comporter un panneau visible, lisible, indélébile et aisément compréhensible précisant la manière correcte de s'en servir ainsi que les précautions d'emploi (article 4 de l'arrêté). L'en-

Vous devez déclarer votre piscine à la mairie

L'article L.1332 du code de la santé publique, impose à toute personne qui procède à l'installation d'une piscine publique ou privée à usage collectif d'en faire la déclaration à la mairie du lieu de son implantation et ce avant l'ouverture. Cette déclaration, accompagnée d'un dossier justificatif comporte l'engagement que l'installation de la piscine satisfait aux normes d'hygiène et de sécurité fixées par les textes.

Cette obligation concerne aussi bien les piscines installées dans les hôtels, que dans les campings ou les gîtes.

semble des sols accessibles pieds nus et ceux des radiers des bassins dont la profondeur est inférieure à 1,50 m doivent être antidérapants mais non abrasifs. Les plages sont conçues de façon à éviter la stagnation de l'eau et la retombée des eaux des plages dans le bassin (article 3 de l'arrêté).

Toboggans

Les toboggans doivent être conçus de façon à ce que l'utilisateur reste dans le parcours de glissade prévu. L'accès à un toboggan d'une hauteur égale ou supérieure à 2 mètres doit comprendre une zone d'attente, avec mains courantes séparant les files d'attente et un escalier d'accès conçu pour le passage d'une personne à la fois (articles 18 et 19 de l'arrêté).

Plongeoires

Les plongeoires ou plateformes d'une hauteur supérieure à un mètre sont interdits (article 20 de l'arrêté). Tout équipement particulier (appareil permettant de générer des vagues artificielles, par exemple) doit comporter un système d'arrêt d'urgence. Ce système doit être facilement identifiable et différent du système d'arrêt d'urgence des pompes de l'installation hydraulique (article 21 de l'arrêté)

Vous devez mettre en place et tenir à jour un plan de sécurité

L'exploitant de la piscine est tenu d'établir et de mettre à jour un plan de sécurité des lieux, disponible à la réception (article 24 de l'arrêté). Ce document regroupe l'ensemble des mesures de prévention des accidents et de planification des secours liés à l'usage des équipements et des installations de baignade. Il sert à prévenir les accidents en transmettant des informations adaptées et, en cas d'incident, à alerter les services de secours. Le plan de sécurité doit comporter nécessairement un descriptif accompagné d'un plan d'ensemble sur lequel figurent notamment :

- l'emplacement du dispositif d'arrêt d'urgence 'coup de poing' de l'installation hydraulique ;
- l'emplacement des matériels de sauvetage et de secours ;
- les lieux de stockage des produits chimiques d'entretien des eaux ;
- les moyens de communication intérieurs et les moyens d'appel des secours extérieurs ;
- les voies d'accès des secours extérieurs ;
- les bassins, les toboggans et les équipements particuliers quand ils existent ;
- l'emplacement du dispositif d'arrêt d'urgence 'coup de poing' de la machine à vagues quand elle existe.

Afficher le règlement intérieur et les procédures d'alarmes

Vous devez afficher de manière visible et à proximité immédiate du bassin :

- Le règlement intérieur de l'établissement relatif aux horaires et conditions d'utilisation du ou des bassins ;
- les numéros d'appel des services de secours et les dispositions relatives aux procédures d'alarme.

Il faut procéder à des vérifications et désigner un responsable

L'article 25 de l'arrêté prévoit que l'exploitant est tenu de désigner une personne responsable des vérifications périodiques indispensables au bon fonctionnement des installations, son nom figurant dans le plan de sécurité. Il lui incombe également de constituer une documentation technique et de tenir à la disposition des agents chargés du contrôle un dossier comprenant le plan de sécurité, le nom des fournisseurs des équipements et matériels installés, leur notice d'emploi, des attestations correspondant aux vérifications périodiques et le registre dans lequel sont consignés jour après jour les accidents ou incidents survenus.

Des sanctions très lourdes

Le non-respect des dispositions relatives à la sécurité des piscines est passible d'une amende de 45 000 € pour les personnes physiques et de 225 000 € pour les personnes morales. Cela peut s'accompagner de l'interdiction d'exercer votre activité professionnelle pendant 5 ans au plus et de l'affichage de la décision prononcée.

Pascale Carbillat

N'oubliez pas les contrôles sanitaires

Ces piscines sont aussi régulièrement contrôlées par les agences régionales de santé (ARS) qui recourent à un laboratoire agréé par le ministère de la Santé pour réaliser des analyses. Les frais sont à la charge de l'exploitant, c'est-à-dire de l'hôtelier. Le contrôle sanitaire est réalisé sur place. Il comprend non seulement la vérification de la qualité de l'eau (comme le pH, taux de désinfectant, son aspect...) mais aussi de l'entretien général de la piscine et des surfaces. Un prélèvement est aussi effectué afin de contrôler la qualité de l'eau en laboratoire. La fréquence de ces analyses est définie par arrêté préfectoral. À titre d'exemple, l'arrêté préfectoral en Côte-d'Or prévoit une visite par mois, qui peut être plus fréquente en cas de mauvais résultats. Ceux-ci, ainsi que les conclusions sanitaires, doivent être affichés dans l'établissement de manière visible pour les usagers (article 11 de l'arrêté du 18 janvier 2002).

Vous devez effectuer des autocontrôles

Mais en tant que responsable de l'établissement, vous devez aussi procéder régulièrement à des opérations d'autocontrôle sur la qualité de l'eau. À cet effet, vous devez noter dans un carnet sanitaire, chaque jour : le nombre de baigneurs, la consommation d'eau en relevant les compteurs, la transparence de l'eau, le pH, la teneur en désinfectant, la température des bassins, ainsi que les observations relatives aux vérifications techniques et les éventuels incidents survenus dans la piscine. Vous devez tenir ce carnet sanitaire à la disposition des agents chargés du contrôle sanitaire.

Pour plus de renseignements : www.ars.sante.fr .

Où se procurer ce carnet sanitaire ?

La société Berger Levrault propose 2 produits - le carnet sanitaire de piscine et le registre sanitaire de piscine - qui permettent aux hôteliers d'y consigner leurs relevés. Le carnet sanitaire est composé d'un papier indéchirable et résistant à l'eau, avec une couverture en plastique rigide et une reliure à spirale. Il est vendu au prix unitaire de 68,50 € HT, sous la référence 261 034. Quant au registre, il se présente sous la forme d'un grand cahier avec une couverture cartonnée et plastifiée qui est vendu au prix de 63,50 € HT sous la référence 520 700.

Vous pouvez contacter cette société aux coordonnées suivantes :

Berger Levrault

5 rue André Ampère • BP 79 / 54250 Champigneulle

Tél. : 03 83 38 83 83 - Fax : 03 83 38 86 10 ou (37 12)

Ou commander ces documents directement en ligne sur www.boutique.berger-levrault.fr .

EN BREF

176 étudiants diplômés par l'École hôtelière de Lausanne

L'établissement suisse a remis leurs diplômes aux 176 étudiants du programme Bachelor en hôtellerie et professions de l'accueil – économistes d'entreprise HES, ainsi qu'aux 32 diplômés de gestion en hôtellerie et restauration. Pluie de diplômes pour une double cérémonie, présidée par **Michel Rochat**, directeur général de l'École hôtelière de Lausanne (EHL). Ont d'abord été récompensés les 88 étudiants francophones et 88 étudiants de la section anglophone du programme Bachelor. Ces élèves ont ainsi finalisé leur formation divisée en 3 spécialisations : finance, marketing et entrepreneuriat. Michel Rochat et **Horatio Tudori**, directeur du programme Bachelor, ont félicité les nouveaux diplômés. Le précieux sésame a été remis par **Arlette Walther**, directrice du programme diplôme, et Michel Rochat, aux 32 diplômés de gestion en hôtellerie et restauration (14 francophones et 18 anglophones). Placés sous le thème 'développement durable et responsabilité sociétale', ces deux cérémonies ont été marquées par l'intervention d'**Ugo Toselli** (EHL2001) associé chez Eco2initiative, sur les impacts du changement climatique pour l'industrie du tourisme dans les dix ans à venir. **Fleur Tari**

Palmarès du programme Bachelor



Les nouveaux diplômés Bachelor.

- Major de promotion : **Monica Reggiani** ;
- 2^e meilleure étudiante de la promotion : **Cécile Stüby** ;
- 3^e meilleur étudiant : **Cyril Nussbaum** ;
- Prix du meilleur mémoire : **Stephan Blunski** et **Debora Gassmann** ;
- Prix de la responsabilité sociétale : **Nicholas Holm** ;
- Prix d'honneur : **Stephan Blunski**, créateur du prix de la responsabilité sociétale ;
- Prix de l'esprit EHL : **Jennifer Verdumo**.

Palmarès du programme Diplôme



Les nouveaux diplômés gestion en hôtellerie-restauration.

- Major de promotion : **Oliver Darwin** ;
- 2^e meilleure étudiante de la promotion : **Jessica Camilleri** ;
- 3^e meilleur étudiant : **Emily Park** ;
- Prix du meilleur projet : **Jessica Camilleri** ;
- Prix de l'esprit EHL : **Jonathan Walker**.



Retrouvez sur www.lhotellerie-restauration.com :

- d'autres conseils et reportages sur la Suisse : cliquez sur 'Conseils et reportages'
- les annonces d'emploi à l'international : cliquez sur 'Candidats à l'international'

L'ÉTABLISSEMENT A RENOUÉ AVEC LA CROISSANCE

L'ICF Montpellier mise sur l'accompagnement

Avec 94,5 % de réussite aux diplômes et 86 % d'insertion professionnelle, l'institut consulaire de formation veut s'afficher comme l'un des établissements de formation aux métiers de l'hôtellerie-restauration les plus performants de l'Hexagone.

Après avoir souffert d'un important déficit en 2004, l'institut consulaire de formation (ICF) de Montpellier (34), qui compte 270 apprentis et stagiaires dans les métiers de l'hôtellerie-restauration, renoue avec la croissance. "Nous approchons de l'équilibre financier", confie **Dominique Crayssac**, directeur de l'ICF. Le résultat d'une nouvelle stratégie lancée il y a sept ans : celle-ci a débouché sur une certification ISO 9001 (version 2008) et s'est accompagnée de 1,9 M€ d'investissements en rénovation sur 2008. L'établissement dispose désormais d'une infrastructure performante, avec un bâtiment dédié aux métiers de l'hôtellerie-restauration, qui comprend deux restaurants pédagogiques (un gastronomique et une brasserie), et quatre laboratoires de cuisine. Au-delà de l'équipement, le rôle du personnel d'encadrement est jugé "déterminant". "Tous nos formateurs sont des professionnels, capables de suivre le parcours des apprentis pendant leur stage en entreprise", précise Dominique Crayssac. Le taux de rupture est ainsi de 8 %, contre 47 % au niveau national."

Un appui professionnel et social

Un partenariat étroit s'est peu à peu noué avec des acteurs réputés de l'hôtellerie et de la restauration locales, tels que les frères **Pourcel** (Le Jardin des Sens à Montpellier), les frères **Mazerand** (Le Mazerand à Lattes), **Jacques Mestre** (Le Clipper's à La Grande-Motte), **Michel Loustau** (Le Domaine de Soriech, à Lattes) ou encore **Thierry Rousset** (Les Muscardins à Saint-Martin de Londres). L'ICF tient à se caler sur les besoins des entreprises. Une nouvelle formation a ainsi été lancée en



L'ICF compte quatre laboratoires de cuisine.

octobre 2010 - la première de l'institut à s'adresser aux bac+2 - autour du métier d'assistant manager en tourisme, hôtellerie et restauration.

Parallèlement, "un important travail de soutien" est apporté aux apprentis et stagiaires comme cette cellule d'appui social, unique en France : un formateur s'y consacre entièrement, à l'écoute et à l'accompagnement des personnes en difficulté "que ce soit au niveau du logement, de la santé, des finances ou autres". Conséquence de cette politique : "tout diplôme confondu, le taux de réussite est passé à 94,5%, et le taux d'insertion est de

86 %", relève Dominique Crayssac. **Patrick Cros**



Retrouvez en vidéo notre reportage sur l'ICF Montpellier sur www.lhotellerie-restauration.fr

ICF MONTPELLIER

2300, AVENUE DES MOULINS
34185 MONTPELLIER
TÉL. : 04 67 10 25 73

WWW.ICF-MONTPELLIER.COM

UN INVESTISSEMENT GLOBAL DE 5M€

L'institut consulaire s'agrandit

Béziers (34) La dernière tranche des travaux de rénovation de l'ICF biterrois s'achève ce mois-ci. L'établissement inaugure ainsi un environnement plus fonctionnel et agréable pour les 380 apprentis de la filière hôtellerie-restauration.



Pascal Frotey, directeur de l'ICF de Béziers.

L'institut consulaire de formation biterrois ICF/EMTH aborde le printemps dans ses nouveaux habits, après un long chantier de rénovation ayant mobilisé un investissement global de 5 M€. La dernière tranche de 1,5 M€, achevée en mars 2011, a été prise en charge par la CCI de Béziers-Saint-Pons et la chambre des métiers. Le CFA dispose de dix nouvelles salles de classe (dont deux d'informatique). Cinq autres salles de cours et le centre de documentation ont été totalement rénovés, ainsi que 17 chambres doubles dans la résidence d'apprentis (dont deux destinées à accueillir des pensionnaires en situation de handicap). De meilleures conditions pour cet établissement qui regroupe aujourd'hui 900 apprentis, dont 380 pour la filière hôtellerie-restauration.

Ouvert aux attentes des professionnels

Ce chantier de rénovation s'ajoute au travail d'élargissement des contenus de formation, mis en œuvre ces dernières années par le directeur **Pascal Frotey** et la responsable pédagogique **Sophie Gimenez**. Après avoir obtenu du conseil régional l'autorisation de proposer le BTS en apprentissage, le CFA de Béziers dispose d'une offre com-

plète dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, du CAP jusqu'au BTS. Avec en plus une mention complémentaire dessert en restaurant et surtout la mention complémentaire et le BP sommellerie, véritable spécialité de l'établissement. Avec le soutien de la CCI de Béziers-Saint-Pons et de son président **Daniel Galy**, le CFA a également su s'ouvrir aux attentes des professionnels, chefs d'entreprises ou salariés (y compris saisonniers), comme le relève Pascal Frotey : "En nous appuyant sur le Fafih, nous avons notamment obtenu l'habilitation pour la formation continue à travers des actions orientées vers la technique, l'organisation, le management ou le conseil, pour permettre par exemple aux professionnels régionaux de la restauration d'actualiser leurs prestations." Le CFA répond ainsi aux besoins des adhérents de la chambre de commerce, tout en créant des liens entre formation des apprentis et besoins des chefs d'entreprise. **Francis Matéo**



Retrouvez en vidéo notre reportage sur l'ICF Béziers sur www.lhotellerie-restauration.fr

INSTITUT CONSULAIRE DE FORMATION BÉZIERS

308 RUE DE CHICLANA
34500 BÉZIERS
BP 371
TÉL. : 04 67 809 709

WWW.ICF-BEZIERS.FR

RAPPELANT LE RÔLE CENTRAL DU FAFIH

Première réunion de la commission régionale paritaire formation de l'industrie hôtelière (CRPF-IH) Champagne-Ardenne

Reims (51) C'était l'occasion pour la structure de rappeler ses missions.

Séance inaugurale pour la CRPF-IH Champagne-Ardenne ce mardi 8 mars à Reims en présence de son président **Joël Oudin** (Umih, collège employeurs) et de la vice-présidente **Anne Mancaux** (FO, collège salariés). "Cette première séance a pour objectif de rappeler les contours du secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des activités de loisirs, de présenter le rôle central de l'organisme paritaire collecteur agréé Fafih dans la formation professionnelle, ainsi que les missions de la CRPF-IH. C'est également l'occasion de gérer les premiers dossiers tels que la dotation aux CFA, l'accréditation d'organismes de formation ou le programme de stages de promotion professionnelle et sociale (PPS)", explique le Fafih qui rappelle que les CRPF-IH sont créées à l'initiative des organisations syndicales. "Il s'agit, pour les professionnels d'une région, employeurs et salariés réunis paritairement, de mieux connaître, maîtriser et développer les marchés de l'emploi et de la formation dans le secteur en tenant compte de la spécificité des entreprises selon leur implantation géographique, et d'établir un partenariat avec les insti-

tutions régionales afin de négocier un contrat d'objectifs territorial. Les CRPF-IH ont une double vocation : être les garants de la politique générale du secteur en région - la CRPF applique sur un territoire la politique générale de la CPNE-IH [commission nationale paritaire de l'emploi de l'industrie hôtelière] et celle du Fafih [OPCA de l'hôtellerie et de la restauration et des activités de loisirs]. Et assurer un rôle consultatif. Elle guide et oriente les décisions du Fafih par ses observations sur le terrain et ses recommandations."

Chiffres clés

La région Champagne-Ardenne compte 1 800 établissements qui emploient 10 000 personnes, et 1 300 établissements sans salariés. En 2009, le Fafih a financé dans cette région la formation de 748 salariés pour un montant de 935 000 € et a versé près de 90 000 € à des CFA de la région qui forment aux activités du secteur.

18 ANS ET DE GRANDES AMBITIONS

Ceinture noire de salle

Vannes (56) Charles-Henri Moëc est le seul et unique Meilleur apprentis de France - option salle - de Bretagne. Portrait.

En sportif convaincu - il est ceinture noire de judo -, **Charles-Henri Moëc** aime "l'idée de compétition pour valider les acquis" : La ceinture noire c'est comme le MOF, l'aboutissement d'années d'expériences." Si ce titre de Meilleur ouvrier de France, Charles-Henri n'y est pas encore, ce jeune Vannetais de 18 ans vient tout de même de décrocher le titre de Meilleur apprenti de France option salle. Il en parle en toute sérénité - ça doit être l'esprit judoka. Il témoigne immédiatement de sa reconnaissance pour ses maîtres d'apprentissage, en commençant par le CFA de Vannes : "Manuel Caradec, de l'Arlequin, à Arradon. C'est lui qui m'a fait rentrer dans ce métier ; ma professeur de restaurant, **Edith Couturier**, qui m'a proposé le concours et **Patrice Caillaud**, chef du Domaine de Rochevilaine, auprès duquel je poursuis ma formation actuellement." Le concours en lui-même ? "Je m'y suis lancé en janvier 2010 et j'ai passé les épreuves les unes après



Charles-Henri Moëc entend suivre la voie de l'excellence.

les autres, sans trop de stress car en région, nous étions à Vannes, chez nous. À Talence, lors de l'épreuve nationale, c'était un peu plus compliqué, nous ne connaissions pas les locaux et quand vous avez un col tricolore penché sur ce que vous faites, ce n'est pas évident!"

Aujourd'hui, le jeune professionnel compte s'appuyer sur son réseau "afin de promouvoir cette voie de l'excellence" : "Nous avons créé une association de MAF dans le Morbihan ; maintenant, il faut que la région suive afin de motiver les jeunes à faire ce concours." Quant à son avenir, Charles-Henri est optimiste. "J'ai plusieurs propositions qui me font réfléchir. Plaza, Ritz, Bristol et Crillon me font rêver."

Olivier Marie

Cuisine en joute à Reims les 3 et 4 avril

La deuxième édition du concours Cuisine en Joute, organisée par l'association générations Cuisines et Cultures, se déroulera au centre des congrès de Reims (51). Le dimanche, les festivités s'ouvriront sur un grand show culinaire avec dix professionnels reconnus : **Patrick Fréchin**, Le Grenier à Sel (Nancy, 54), **Sébastien Richard**, La Table de Sébastien (Istres, 13), **Johann Leclerre**, La Maison des Mouettes (Aytré, 17), **Philippe Mille**, Les Crayères (Reims, 31), **Bruno Diné**, Champion du monde Au Pain de mon Grand-père (Strasbourg, 67), **Joël Césari**, La Chaumière (Dôle, 39), **Olivier Nasti**, Le Chambard (Kaysersberg, 68), **Alain Périllat**, Atmosphère (Le Bourget-du-Lac, 73), **Thierry Verrat**, La Ribaudière (Bourg-Charente, 16) et **Jacques Marcon**, Régis et Jacques Marcon (St-Bonnet-le-Froid, 43). Le lendemain, dix jeunes sélectionnés dans toute la France s'affronteront sous le regard des chefs, et du public lors de joutes culinaires de 15 minutes autour de thèmes culinaires imposés. Les établissements qualifiés sont : lycée des métiers Le Corbusier à Soissons (02), lycée hôtelier de Thonon-les-Bains (74), lycée hôtelier Grégoire Ferrandi à Paris (VIe), lycée des métiers de l'hôtellerie restauration de Chamalières (63), lycée hôtelier polyvalent de Bazeilles (08), lycée hôtelier Hyacinthe Friant à Poligny (39), lycée technique hôtelier Raymond Mondon à Metz (57), lycée hôtelier Jesse de Forest à Avesnes-sur-Helpe (59), école hôtelière du Périgord Arnaud de Séguy à Boulazac (24), lycée hôtelier de Gascogne à Talence (33).

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 gratuites sur simple appel au : **0 320 489 751**

E-mail : contact@fibrolab.fr

Restez zen avec Frigoflex !

Préservez la qualité de vos produits en toute liberté grâce aux caissons réfrigérés 12V-24V-230V amovibles

Eberspächer S.A.S.
Tél : +33 (0)1 30 68 54 76
www.eberspacher.fr
www.frigoflex.com

Eberspächer

L'École du Vin de France

Formations intensives diplômantes sur 3 ou 5 jours

Diplômes du WSET «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

Formez-vous aux métiers de l'encadrement de l'hôtellerie - restauration !

Retrouvez le centre de formation près de chez vous sur www.negoventis.cci.fr

LES FORMATIONS DES CCI AUX METIERS COMMERCIAUX

ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

CHRISTIAN CHARPENTIER
AMÉNAGEMENTS ET CRÉATIONS EN BOIS SUR MESURE

Tél. : 01 43 62 99 16

43/45 rue C. Delescluze
93170 Bagnolet
charpentier.eurl@wanadoo.fr

POLÉMIQUE SUR L'AUGMENTATION DE LA REDEVANCE SUR LA MUSIQUE DIFFUSÉE

Roland Héguay appelle tous les métiers concernés par la Spre à se mobiliser contre le barème des augmentations

Lors de la tenue de son directoire mensuel, l'Umih a longuement abordé le dossier de la Société pour la rémunération équitable (Spre). Le point avec Roland Héguay, président confédéral de la rue d'Anjou.

Propos recueillis par Sylvie Soubes

Vous n'êtes pas d'accord avec les éléments avancés par la Spre concernant la profession...

Roland Héguay : En 2010, le calcul des nouveaux barèmes de la Spre a conduit à l'augmentation de la redevance sur la musique diffusée dans nos établissements jusqu'à un seuil qui n'est pas acceptable, aujourd'hui, pour l'ensemble des organisations patronales. Dans certains cas, cette augmentation est de plus de 1 000 %, provoquant des réactions indignées de la part des professionnels et des responsables de discothèques, qui dénoncent, à juste titre, une pratique injustifiable. Sachant aussi que l'activité des hôtels, des cafés et des restaurants ne peut être assimilée avec celle des discothèques. La grille d'évaluation tarifaire ne peut en aucun cas leur être appliquée indistinctement. Alors que l'État s'est engagé à soutenir le secteur HCR, qui a créé grâce à cet engagement des milliers d'emplois, les hausses de redevances demandées par la Spre fragilisent l'équilibre atteint par les restaurateurs, et le cercle vertueux dans lequel notre secteur est rentré en termes d'investissements, de croissance et d'emplois. Ces nouveaux barèmes remettent directement en cause l'emploi et la vitalité des établissements concernés. Il y a, semble-t-il de la part des dirigeants la Spre, une profonde méconnaissance de la réalité économique, des spécificités de la profession sur le terrain et des engagements des parties prenantes du contrat d'avenir. Face à cette injustice, l'Umih appelle dès à présent les autres professions concernées par ces redevances (coiffeurs, chauffeurs de taxi, transporteurs de bus



Roland Héguay : "Ces nouveaux barèmes remettent directement en cause l'emploi et la vitalité des établissements concernés".

tituée entre l'Umih et la Spre pour régler les divergences entre les exploitants et la Spre. D'autre part et afin que les exploitants ne puissent être accusés de vouloir se soustraire au versement de la rémunération équitable, nous les invitons à la payer sur la base de l'ancienne tarification, correspondant à 18 % de l'assiette jusque là en vigueur. Vous savez, c'est un sujet grave et nous sommes prêts à manifester devant le ministère de la Culture si celui-ci ne rouvre pas les négociations.

Quels étaient les autres sujets mis à l'ordre du jour ?

La fin de l'exonération des avantages en nature est un sujet qui ne peut pas rester en l'état. Nous réfléchissons à des solutions de remplacement. Plusieurs pistes existent, comme l'accès, pour nos salariés, aux titres restaurants. Mais cela pose certains problèmes d'ordre fiscal. Nous sommes dans une période de réflexion qui est importante. Sinon, l'Umih a ouvert deux nouveaux bureaux départementaux : en Charente-Maritime (17), qui est opérationnel, et en Loire-Atlantique (44), qui le sera fin mars. Ces bureaux sont, dans un premier temps, conduits par des délégués généraux qui vont pouvoir accueillir les adhérents. Quant à l'enquête de représentativité que nous avions demandée, il y avait une date butoir pour la réponse et celle-ci est dépassée. Nous avons pris la décision de poursuivre notre action auprès, cette fois, du Conseil d'État. Notre demande porte uniquement sur deux syndicats.

scolaires, etc.) à massivement se mobiliser pour obtenir du ministre de la Culture la réouverture des négociations.

Quel est le mot d'ordre de l'Umih à ce jour ?

Nous demandons aux adhérents de recevoir l'agent assermenté de la Spre dans les meilleures conditions et qu'ils mettent à disposition les documents demandés. Si, à la suite de cette visite, le statut de restaurant à ambiance musicale (RAM) ou de bar à ambiance musicale (BAM) est appliqué par l'agent, nous invitons les adhérents à adresser immédiatement un courrier de contestation à la Spre afin de remettre en cause ce régime - je vous rappelle que les BAM et les RAM n'ont aucun fondement juridique - et réclamer la réunion de la commission paritaire nationale ins-

DANS UNE LETTRE ADRESSÉE AUX DÉPUTÉS DE LA CAPITALE

Le Synhorcat s'insurge contre le nouveau projet de réglementation des terrasses

Alors que la mairie de Paris veut durcir la réglementation des terrasses, le Synhorcat vient d'adresser un appel à l'ensemble des députés de la capitale. Voici le courrier de l'organisation syndicale.

Comme nous, vous avez dû prendre connaissance du projet de règlement des terrasses que Madame le maire adjoint en charge du commerce, Madame **Lyne Cohen Solal**, entend présenter à l'approbation du Conseil de Paris à la fin du mois de mars.

Il y est notamment envisagé la suppression des bâches notalement permettant de protéger notre clientèle des courants d'air ainsi que l'interdiction des chauffe-terrasses au gaz au profit de matériels électriques, au demeurant moyennant une taxe. Ces propositions ne sont pas admissibles pour les professionnels regroupés au sein de notre organisation professionnelle, la plus puissante sur Paris et l'Île-de-France. Nous sommes en effet décidés à obtenir de la mairie de Paris des conditions d'accueil satisfaisantes en terrasses pour nos clients, ce qui exige un minimum de moyens nous permettant tout simplement d'éclairer, de chauffer et de rendre conviviaux ces lieux.

À Paris, il fait nuit tôt, avant 17 heures de fin novembre à fin décembre. La moyenne d'heure d'ensoleillement est inférieure à 5 heures par jour. Pire, il fait froid. La température moyenne sur l'année est inférieure à 12 °C, et elle est même inférieure à 8 °C 5 mois dans l'année. Nos professionnels ont donc besoin d'installer des écrans ainsi que des parasols chauffants permettant d'abriter les clients des courants d'air.

La mairie dit vouloir interdire les parasols chauffants au gaz pour des raisons écologiques et de sécurité. Or, il n'y pas un seul accident recensé qui ait été causé par un parasol chauffant au gaz. Ainsi, après que l'Institut de veille sanitaire a pu interroger le Bureau de la sécurité des équipements industriels en charge notamment de la réglementation, de la sécurité et de l'utilisation du gaz en France, le Comité français du butane et du propane ou encore le Centre de documentation du ministère de l'Économie, il n'est pas ressorti un seul accident sur nos terrasses causé par un chauffe-terrasse au gaz (le seul accident recensé concerne des chasseurs intoxiqués pour avoir chauffé un abri fermé avec un tel parasol).

Quant aux raisons écologiques, elles ne sont pas du tout établies, bien au contraire. L'utilisation des chauffages de terrasse s'effectue dans la période de pointe journalière de consommation d'énergie (entre 18h et minuit). Or, durant ces périodes, le surplus de demande d'énergie électrique est assuré par des centrales à énergie fossile. La pollution émise sur le site de production est encore plus polluante pour l'environnement que la pollution émise par la combustion du gaz. Et ce d'autant plus qu'il a été démontré qu'à puissance énergétique équivalente pour le consommateur final, un dispositif électrique consomme 2,58 fois plus d'énergie primaire (c'est-à-dire d'énergie réellement dépensée pour produire 1 kWh) qu'un système au gaz.

En outre, la complémentarité des différentes sources énergétiques disponibles ne contribue-t-elle pas à l'efficacité d'une politique énergétique.

Enfin, selon l'Ademe (l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie), le chauffage électrique est deux fois plus polluant que le chauffage au gaz à raison de 500 à 600 grammes de CO₂ par kWh pour le chauffage électrique et de seulement 274 grammes pour le butane et même de seulement 234 grammes pour le gaz naturel.

Par ailleurs, si les bâches cristal, dont la mairie souhaite la suppression à deux ans, ne sont pas du goût esthétique de la mairie de Paris, nous sommes prêts à lui faire une proposition : remplaçons-les, à terme, par des écrans rigides transparents d'une hauteur de 1,60 mètres afin de continuer à protéger notre clientèle et réformons les textes réglementaires afin qu'il soit possible de fumer sur nos terrasses quand bien même celles-ci seraient protégées par un store et par de tels écrans rigides sur leur plus grande façade.

Enfin, nos professionnels s'acquittant d'un droit de terrasse (important !), il n'est pas concevable de leur demander de verser une quelconque taxe supplémentaire en raison de l'aménagement qu'ils pourraient y faire pour le confort de leurs clients. Monsieur le député, nous comptons sur votre soutien pour obtenir de la mairie de Paris qu'elle réforme son projet de règlement des terrasses. Il en va de l'activité même de notre profession."

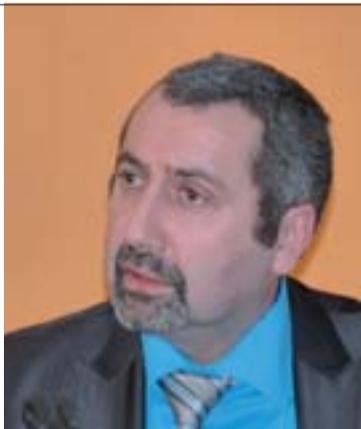
LE DÉPARTEMENT FAIT FIGURE DE "BON ÉLÈVE" DU CLASSEMENT HÔTELIER

Umih Haute-Saône : des inquiétudes légitimes et la volonté d'avancer

Luxeuil-les-Bains (70) Face à une assistance studieuse, et en présence de Thierry Grégoire, président de la fédération nationale des professions hôtelières saisonnières de l'Umih, Richard Millerand, qui arrive au terme d'un premier mandat à la tête de la fédération départementale, a défendu les engagements du syndicat dans un contexte pas toujours simple.



Thierry Grégoire est intervenu sur plusieurs dossiers avant de présenter la suite de la campagne de promotion de la profession et ses enjeux.



Richard Millerand, un président convaincant et convaincu par sa mission syndicale.



Au centre, Roselyne Dechilly. À gauche sur la photo, Guy Parrain.



Michel Raison, député de la Haute-Saône et maire de Luxeuil-les-Bains.

C'est dans la ville du député-maire UMP **Michel Raison**, défenseur de longue date de la profession et convaincu par les effets positifs de la baisse de la TVA en restauration, que l'Umih 70 s'est réunie lundi 14 mars en assemblée générale. **Richard Millerand**, qui arrive au terme d'un premier mandat à la tête du département, constate : "nous avons un secteur d'activité où la législation est très présente. Depuis la baisse de la TVA, les engagements en contrepartie ont été pour nous tous un défi à relever." Baisse des prix, embauche, investissements, social, mutuelle... Le tout dans un environnement économique défavorable. Sommes-nous vraiment en sortie de crise ? Sur le terrain, il s'agit surtout de maintenir l'activité et l'emploi, confie Richard Millerand pour la Haute-Saône. "La conjoncture est restée morose. Les journées de fête ont été attristées soit par une météo capricieuse, soit par des contrôles pénalisants." L'administration a beaucoup de mal à admettre, par exemple, que le soir de la Fête de la musique, un proche d'un exploitant de café vienne donner un coup de main ponctuel et totalement gratuit... D'autres phénomènes sapent le moral des troupes. Le développement des résidences hôtelières a fait chuter de 10 points le taux d'occupation moyen des hôtels. "Nous étions à 50 % il y a quelques années encore, aujourd'hui, nous sommes à 40 %", s'inquiète **Guy Parrain**, hôtelier à Luxeuil-les-Bains et membre du conseil d'administration du syndicat. En 2010, une douzaine d'adhérents du 70 ont tiré leur révérence, deux d'entre eux seulement ont pris leur retraite. Pour les autres, le déficit accumulé depuis plusieurs années a été insurmontable. Et si le nombre de stagiaires au permis d'exploitation grandit (la moitié concerne des reprises d'entreprise, l'autre des créations), une bonne par-

tie s'inscrit dans le créneau de la vente à emporter. "Nouveau statut en tête : l'autoentrepreneur", lâche Richard Millerand, un tantinet perplexe.

Plus réjouissant, la remise du premier titre de Maître restaurateur dans le département à **Christophe Aubry**, de la Bergeraine à Melisey et la Palme des 12 meilleures discothèques de France décernée à **Thierry Meyer**, patron du Manouchka. Notons aussi une volonté de développer les Ambassadeurs des métiers, sous l'égide de **Bernard Champreux**, président des restaurateurs et une complicité réelle entre les départements de la région Franche-Comté. Confirmation avec la participation amicale de **Patrick Franchini**, président de l'Umih Jura, qui vient, pour l'anecdote, de recevoir le 2^e prix du concours de photo organisé dans le cadre de la campagne de promotion de la profession : le Goût en mouvement, sur le net et Facebook. Sympa.

Nombreux échanges entre les intervenants et la salle

Des représentants du SDIS (Service départemental d'incendie et de secours) (pompiers, commission de sécurité), des chambres de métier et du commerce et de l'industrie assistaient aux débats. Durant le deuxième semestre 2006 et début 2007, tous les hôtels du département ont été visités par la commission de sécurité. À partir de septembre prochain, ils le seront à nouveau puisque la loi impose une visite tous les 5 ans. Et l'éventuelle harmonisation du calendrier d'application des lois incendie et accessibilité ne changera rien à la procédure qui vient en parallèle. Pas de jusqu'au-boutisme toutefois de la part du commandant et du lieutenant présents, juste un rappel de la législation. **Thierry Grégoire**, président de la Fédération nationale des professions hôtelières saisonnières

de l'Umih, était, aux côtés de Michel Raison, l'invité d'honneur de cet après-midi de travaux. Celui-ci regrette que l'hôtellerie soit amalgamée aux événements qui ont donné lieu à un durcissement de la loi incendie "qui remonte au drame du stade Furiani, en Corse. Quant aux hôtels où il y a eu des décès, c'était des lieux d'accueil sociaux et non les hôtels que nous représentons. Et puis, que fait-on de la sécurité dans les résidences hôtelières ?" Le représentant de

la rue d'Anjou ne mâche pas ses mots sous les applaudissements d'une salle attentive et assidue. De son côté, il félicite le département qui est un "très bon élève" du nouveau classement hôtelier. Parmi les questions qui fusent : pourquoi ne pas utiliser les fonds recueillis par la taxe de séjour pour aider à la subvention des hôtels les plus fragiles économiquement ? **Roselyne Dechilly**, adjointe au maire de Luxeuil-les-Bains, présidente de l'office

de tourisme et hôtelière rappelle que son produit ne peut être affecté qu'à une action d'ordre touristique. Restent Oséo, le fonds de modernisation de la restauration ou des aides régionales possibles. Pour Richard Millerand, pas question de baisser les bras. Le département a un potentiel de développement. À la profession et aux élus de travailler main dans la main. Bien vrai.

Sylvie Soubes

Créez et traduisez vos cartes & menus
en quelques minutes avec



Menu DESIGNER
logiciel de création de cartes & menus

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

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

250€ HT
soit 299€ TTC

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

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

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

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

Logiciel pour Windows XP & Windows VISTA



ÉGALEMENT TESTÉ DANS D'AUTRES PAYS EUROPÉENS

Le programme Hôtel Energy Solutions mobilise 26 hôtels de Haute-Savoie

Ce plan d'actions, destiné à accroître la compétitivité du secteur de l'hébergement dans l'Union européenne, se déroulera de mars à juillet. Il est cofinancé par l'Union européenne.

La chambre de commerce et d'industrie de la Haute-Savoie a annoncé qu'elle coordonnera le programme européen Hôtel Energy Solutions (HES) qui se déroulera, par étapes, de mars à juillet. Vingt-six hôtels-restaurants, hors chaînes, se sont spontanément déclarés volontaires pour participer à ce projet, destiné à accroître la compétitivité du secteur de l'hébergement dans l'Union européenne. La CCI de la Haute-Savoie les accompagnera dans ce programme, qui fait figure de test pour cet outil appliqué dans les mêmes conditions dans d'autres pays de l'Union. Quatre destinations pilotes ont en effet été définies : Bonn (Allemagne) pour les villes, Palma de Majorque (Espagne) pour le balnéaire et Strandja (Bulgarie) pour la campagne. La région Rhône-Alpes est, elle, désignée pour la destination montagne. La CCI proposera différents outils d'aide à la décision pour les hôteliers concernés : outils de calcul des retours sur investissement et de l'empreinte carbone,



Les hôteliers participant au plan Hôtel Energy Solutions.

des fiches sur les actions énergétiques possibles et des retours d'expérience d'hôtels en Europe. Des solutions techniques et financières seront évoquées collectivement pour mettre en place des plans d'actions personnalisés. Ainsi, chaque hôtel qui aura accepté de participer à ce programme bénéficiera mi-juillet de préconisations liées, par exemple, à des travaux de rénovation, au management du personnel, à la communication envers le client. Hôtel Energy

Solutions, cofinancé par l'Agence européenne pour la compétitivité et l'innovation, est soutenu par l'Organisation mondiale du tourisme et le programme des Nations Unies pour l'environnement, l'Association internationale des hôtels-restaurants, le Conseil européen des énergies renouvelables, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie et, localement, par la chambre de commerce et d'industrie et la Banque de Savoie.

Fleur Tari

GRÂCE À SON PROGRAMME 'BUSINESS RESPONSABLE'

Rezidor France vise 100 % d'hôtels éco-labellisés

Le groupe a également été reconnu par l'institut Éthisphere comme l'une des sociétés actuelles les plus éthiques.

En 2007, Rezidor a été le premier groupe à intégrer le label environnemental Clef Verte. Deux ans plus tard, sa marque Park Inn a été labellisée dans sa totalité. Aujourd'hui, c'est au tour des 19 établissements Regent et Radisson d'arbore le précieux label. Pour couronner le tout, l'institut Ethisphere l'a désigné il y a quelques semaines comme l'une des sociétés les plus éthiques du monde. "Nous croyons que la force d'une société commence par un engagement profond à respecter les règles d'éthique à tous les étages de la hiérarchie", justifie Kurt Ritter, président et p.-d.g. de Rezidor. Lancé en 1989, le 'Business Responsible' est un véritable programme de développement durable. Il a pour objectifs : la responsabilité vis-à-vis de la santé et de la sécurité des employés et des clients, le respect des questions sociales et éthiques et la réduction de l'impact négatif de l'entreprise sur l'environnement. Le programme a été conçu de manière flexible : les hôtels adoptent des projets communs basés sur des améliorations continues, mais ils peuvent opter pour des mesures adaptées à leurs particularités.



Morgan Butty, DRH et en charge de la responsabilité sociale du groupe Rezidor en France.

Un coordinateur par établissement

"Chaque hôtel dispose d'un coordinateur Business Responsible. Supervisé par le directeur général, il présente un plan d'action annuel", explique Morgan Butty, directeur des ressources humaines et également en charge de la responsabilité sociale du groupe Rezidor en France. Coordinateur de toutes les actions France, le 'Monsieur Label' du groupe assure, chaque mois, une conférence téléphonique avec l'ensemble des coordinateurs du territoire, pour mesurer les performances de chaque hôtel suivant un indicateur développé à cet effet. "Pour faciliter leur mission, les coordinateurs disposent également d'un site intranet qui propose une application progressive du programme et renferme de nombreuses suggestions concernant les améliorations envisageables", poursuit Morgan Butty. "Comme pour la labellisation, il s'agit de ne perdre personne en route."

Anne Sallé

L'ENSEMBLE A ÉTÉ OUVERT FIN FÉVRIER

Un restaurant bio s'installe dans la nouvelle Biocoop d'Épône

Cet établissement basé dans les Yvelines est en adéquation avec le bâtiment écologique qui l'abrite, les deux s'inscrivant dans une démarche responsable et d'économie d'énergie.

Pour sa 2^e unité dans la région de Mantes-la-Jolie (78) ouverte fin février, Biocoop, leader français de la distribution alimentaire biologique (320 magasins) a choisi de rassembler dans un même lieu un magasin, un restaurant, une boulangerie bio, une librairie indépendante et des bureaux climatiques, sur une superficie totale de 1 700 m². L'offre bio sera construite autour de deux axes : un menu végétarien vendu 12,50 € environ et un menu carné vendu autour de 13,50 € (entrée, plat, dessert). Le chef Percival Archen proposera une cuisine de saison sous la forme d'un buffet d'une dizaine d'entrées, de deux plats chauds au choix et d'un grand éventail de desserts. Doté d'une cuisine de 90 m², d'une salle de 150 m² de 86 places assises, le restaurant table sur un objectif de 60 clients par jour la première année, pour un chiffre d'affaires de 250 000 €. Des poubelles de tri seront mises en place pour les déchets, y compris les déchets organiques, lesquels pourraient être mis en compost sur le terrain du magasin.



Le bâtiment sera parfaitement intégré à son environnement.

Limiter la consommation d'eau chaude

Biocoop a fait appel aux architectes Wazé et associés et au cabinet d'ingénierie Iddigo (entreprise de conseil et d'ingénierie en développement durable) pour la conception de ce nouvel ensemble, qui a nécessité un investissement de 232 000 € HT. Deux axes forts ont été privilégiés : les dispositifs écologiques et les économies d'énergie. La consommation d'eau chaude sanitaire du restaurant a été identifiée comme l'un des postes clés sur lequel agir. Pour la limiter, le préchauffage de l'eau chaude du restaurant se fera par la récupération d'énergie sur les installations de production de froid du magasin. Cette Biocoop est l'un des tout premiers bâtiments basse consommation (BBC) à usage commercial d'Île-de-France. L'entreprise a déjà ouvert des restaurants dans ses magasins, notamment à Rennes (35), Lorient (56), Poitiers (86), Toulouse (31) et mène diverses expériences dans le domaine du snacking, notamment dans son unité de Chambéry (73).

Lydie Anastassion/Restauration21



RECETTE DE CHEF À CHEF

Risotto aux morilles et duo de coquilles Saint-Jacques

PAR RENÉ MARTIN - RESTAURANT LE 'SORMANI' - PARIS (VII^e)



Ingrédients pour 4 personnes

- 12 noix de coquilles Saint-Jacques
- 0,100 kg de beurre
- 0,10 l de crème fraîche
- 0,060 kg de parmesan reggiano râpé
- 0,100 kg de morilles
- ½ jus de citron
- 1 gousse d'ail, 1 oignon ciselé
- 2 poivrons rouges
- un peu de ciboulette
- ½ botte de cresson
- 0,200 kg de riso gallo
- Huile d'olive
- 1 L de fond blanc de volaille (T.M. le fond blanc)
- Sel, poivre

Progression

Confectionner les veloutés

- Émonder les poivrons en les grillant au four, ajouter un peu d'huile d'olive, les mixer, saler, poivrer et réserver.
- Blanchir les feuilles de cresson, les égoutter, les mixer, ajouter un peu d'huile d'olive, du sel, du poivre et réserver.

- Mouiller progressivement avec le fond de volaille bouillant, saler et laisser cuire en remuant souvent.
- Une fois cuit, sur le bord du fourneau, incorporer le reste du beurre et de crème, puis ajouter le parmesan et bien mélanger jusqu'à l'onde.

Marquer le risotto

- Faire dorer 8 noix de Saint-Jacques à la poêle et réserver.
- Escaloper les 4 autres et les faire mariner avec huile et jus de citron 20 min.
- Laver soigneusement les morilles et les cuire doucement avec un peu de beurre, de la ciboulette ciselée et la moitié de la crème.
- Faire suer l'oignon et l'ail dans de l'huile, ajouter le riz et le nacrer (T.M. le risotto).

Dressage

- Dresser le riz dans les assiettes en y accolant une cuillerée de velouté de poivrons et de cresson.
- Ranger sur chaque velouté 2 noix de Saint-Jacques et des escalopes marinées.
- Répartir les morilles sur le risotto et servir aussitôt.

Avec la qualité du riz, préparation sublime.
Vin conseillé : un condrieu Vidal-Fleury 2007.



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

ENVOYEZ-NOUS LES RECETTES DONT VOUS ÊTES FIER

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

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



OMNIVORE FOOD FESTIVAL

Le souci de la nutrition par Arnaud Daguin

Deauville (14) Le point sur la prestation originale d'Arnaud Daguin, chef étoilé de Hegia, la seule maison d'hôte à avoir reçu cette distinction. Il présente une Soupe de légumes, une Macédoine de légumes mayonnaise et un Hamburger au foie gras.

Par Jean-Michel Truchelut, professeur de cuisine au lycée hôtelier Alexandre Dumas d'Illkirch et auteur du Blog des Experts 'Recettes, techniques culinaires et hygiène en vidéo'

La cuisson des légumes

Céleris raves, carottes et navets rôtis sont la base des trois plats. **Arnaud Daguin** nous confie que le système actuel agricole ne respecte pas l'humain. Trop d'intrants (comprenez engrais et pesticides). Il faut privilégier les végétaux. Le docteur **Olivier Coudron** renchérit pendant que le chef officie. Il faut consommer fruits et légumes, crus et cuits, indique-t-il. La cuisson doit être maîtrisée (ne pas trop caraméliser viandes, poissons ou végétaux) pour révéler le potentiel santé de certaines molécules. La tomate, par exemple, contient du lycopène (un antioxydant, actif à la cuisson). La soupe est faite de légumes en morceaux avec leur peau. Rôtis, ils concentrent leurs sucres rendant le met savoureux. Des champignons grillés en espuma et une julienne de légumes frits terminent la recette. L'occasion pour le médecin d'insister sur la maîtrise de la température de l'huile.



"Un 'double-Daguin', explique le chef pour présenter son hamburger au foie gras.

L'apport en oméga 3

Dans le deuxième plat, la mayonnaise est élaborée, entre autres, à partir d'une purée de noisettes, de crème de soja et d'huile de colza. Ingrédients contenant beaucoup d'oméga 3. Car il y a urgence à intervenir sur nos apports en acides gras essentiels ! Nous consommons beaucoup trop d'oméga 6 et pas suffisamment d'oméga 3. L'huile de colza participe à un meilleur ratio entre les deux.

Un hamburger nutritionnellement intéressant

Le hamburger se compose de tranches de céleri rôties en guise de buns. Le foie gras (riche en vitamine B9) est tranché puis cautérisé à l'eau bouillante en quelques secondes. Fin de la cuisson du foie gras au micro-ondes (30 secondes) : le montage est en double burger (une tranche de céleri, une tranche de foie gras, céleri, foie gras et enfin céleri), en fait un 'double-Daguin', nous précise Arnaud Daguin, en plaisantant : "Le plus difficile, quand on fait du foie gras, c'est de l'acheter", indique-t-il. Quelques herbes, fleurs et de la sauce moutarde complètent la prestation, sorte d'assiette 'Picasso' où les couleurs sont pour l'essentiel des polyphénols précieux pour notre santé.

WWW.HEGIA.COM

L'institut SIIN pour une gastronomie santé durable

Le médecin nutritionniste a pour ambition de promouvoir 'une nouvelle gastronomie santé durable' dans le cadre du SIIN (Scientific Institute for Intelligent Nutrition®), organisme de formation, recherche, certification et labellisation en nutrition santé durable.

Quatre axes majeurs :

- 1- Rééquilibrer l'assiette
- 2- Alimentation anti-oxydante
- 3- Alimentation durable
- 4- Alimentation authentique



REPAS FESTIFS ET DIÉTÉTIQUES
 Éditions Jérôme Vilette
 112 pages
 Prix : 28 €

ÉLU PRÉSIDENT DE L'UNION DE LA SOMMELIERIE FRANÇAISE

Le sommelier Michel Hermet veut former et rassembler

Le professionnel nîmois entend faire de l'Union de la sommellerie française une association reconnue qui sait communiquer et faire entendre sa voix.

Michel Hermet n'est pas près d'oublier cette année 2011. Le restaurateur-sommelier languedocien, tout juste 58 ans (dont 36 en tant que membre de l'Union de la sommellerie française), va d'abord fêter d'autres anniversaires marquants : les 30 ans de son installation à Nîmes et de la création du San Francisco Steak House, avec son associé d'alors, **Jean-Marie Lagrange**, les 25 ans de l'ouverture de son établissement, le Wine Bar, et les 5 ans de l'installation de celui-ci au Cheval Blanc, face aux arènes de Nîmes. Sans oublier les 30 ans d'existence de l'association régionale du Languedoc-Roussillon dont il fut secrétaire avant d'en assurer la présidence. Autant d'activités que cet Héraultais, fils de vigneron et propriétaire lui-même de quelques hectares de vignes, a toujours su mener de front avec enthousiasme et professionnalisme. Mais 2011 restera surtout l'année de son élection à la présidence de l'Union de la sommellerie française. Responsabilité où il a succédé à **Serge Dubs**, à la mi-janvier, au lendemain du concours du Meilleur sommelier de France remporté par **Benjamin Roffet**. "Il faut d'abord souligner la qualité du travail réalisé par le précédent bureau qui a apporté la stabilité économique à notre association mais a aussi affirmé la place de l'Union par la qualité d'organisation de ses différents concours."

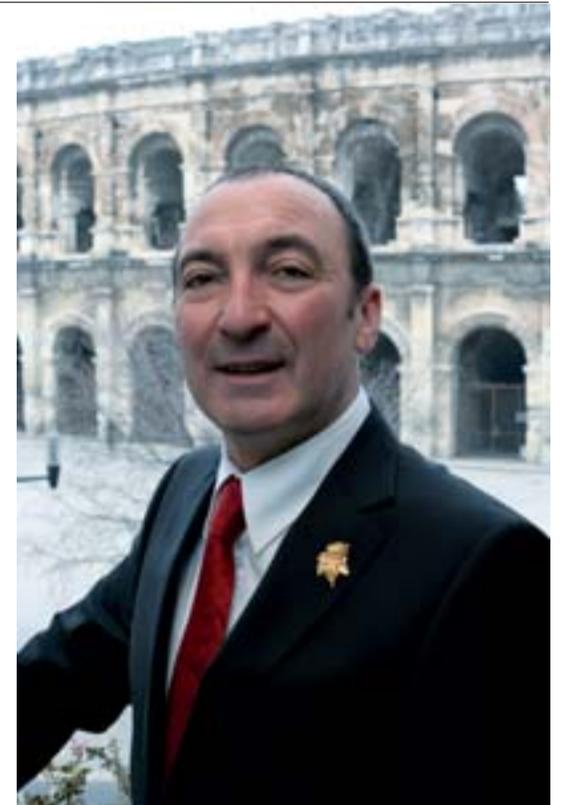
Relancer l'intérêt des jeunes

Avec une équipe dirigeante en partie modifiée, il a déjà fixé des objectifs bien précis à l'UDSF qui compte environ 1 200 adhérents en France. Et le premier, qui s'accompagne de la nomination de **David Biraud** à l'animation d'une commission spécifique, concerne les jeunes; "La jeunesse doit être l'une des priorités de notre association. C'est la vocation première, à tra-

vers les concours, d'encourager les jeunes à parfaire leurs connaissances et à progresser dans le métier. Ce sont les professionnels de demain." Mais avant les concours, il faut bien entendu intéresser et former. "Sur la base du constat que la passion se perd, que l'intérêt pour le métier est faible, que les classes de mention complémentaire n'attirent pas un nombre suffisant de candidats, notre devoir est de pérenniser le métier. Je vais donc demander à chaque composante régionale de notre union de mettre sur pied une commission jeunesse, afin d'associer les jeunes générations à nos activités. Une plaquette informative sous forme de bandes dessinées est à l'étude. Elle serait destinée à tous les élèves des écoles hôtelières afin de les sensibiliser et de susciter des vocations. L'UDSF doit également se rapprocher des professeurs afin d'étudier une plaquette plus technique. Il n'est pas question d'envisager cela sans y associer l'association des professeurs et formateurs de sommellerie, avec qui l'on se doit d'être en constante collaboration."

"Mon rôle, défendre le métier"

Michel Hermet veut également faire entendre la voix de la sommellerie française. Et pour cela, il entend bien réagir et s'exprimer en tant que président sur toutes les questions liées au vin et à sa place dans la société. "Pour cela, je me suis rapproché récemment de Vin et Société, qui mène des actions d'information et de communication pour lutter contre les conséquences sociales de la consommation abusive et pour promouvoir la consommation responsable. La sommellerie française a des choses à dire sur les sujets du moment et participe activement à la défense du métier de sommelier et du vin, attaqué de toutes parts. Je ne voudrais pas, notamment, que les étrangers nous dament le pion parce qu'ils ne sont pas soumis aux mêmes contraintes que nous."



Le Nîmois Michel Hermet a débuté un premier mandat de trois ans.

En fait, ceux qui s'attaquent au vin, s'attaquent à notre métier et mon rôle c'est de le défendre." Mais le nouveau président sait aussi qu'il doit développer une indispensable communication entre les membres eux-mêmes de l'UDSF. "Nous travaillons en ce moment à une refonte de notre site. Il doit être non seulement une belle vitrine et une belle image de marque de notre métier mais aussi devenir un carrefour et un lieu d'échanges."

Jean Bernard

DEVANT LA GÉNÉRALISATION DE CETTE OFFRE EN RESTAURATION

Vin au verre : proposez des cépages originaux

De nombreux établissements ont adopté le service du vin au verre. Pour vous différencier, n'hésitez pas à vous tourner vers des cépages peu ou mal connus : grolleau gris, chatus, tibouren, torontés.

Paul Brunet

Pour étoffer votre carte des vins de façon originale, voici quelques cépages peu présents en restauration, ainsi que des conseils d'accords mets et vins.

• Grolleau gris

Originaire de Touraine, le cépage grolleau existe en rouge et en gris. Ce dernier est essentiellement présent en Anjou, en Loire-Atlantique (Pays de Retz) et en Vendée. Les vins issus de ce cépage, généralement secs, ont des arômes subtils, de la rondeur et une pointe de fraîcheur de bon aloi. À servir avec fruits de mer, poissons (sardines grillées entre autres), fromage de chèvre... à une température de 8/10 °C. Il peut être proposé toute l'année, mais il est particulièrement apprécié l'été, en terrasse.

• Chatus

C'est l'un des plus anciens cépages français, qui avait pratiquement disparu après la crise phylloxérique. Mais à partir de quelques arpents conservés, une vingtaine de vignerons ardéchois l'ont replanté au début des années 1990. Le chatus (prononcer chatu) donne des vins rouges et rosés. Les premiers ont des arômes complexes



© F. MILLOU/CIVB

Le tibouren, un cépage provençal.

de fruits rouges bien mûrs, nèfles, réglisse... et une bonne aptitude à la conservation. Ils accompagnent viandes et gibiers (surtout accompagnés de marrons), fromages de caractère, chocolat... Les rosés ont une bonne présence et une bonne longueur en bouche. À servir sur les entrées chaudes et les grillades.

• Tibouren

Après avoir représenté des surfaces importantes en Provence, le tibouren a laissé la place à d'autres cépages plus 'dociles'.

De nos jours, il retrouve la faveur des producteurs en raison de sa typicité. Les vins rosés issus de ce cépage ont des arômes complexes (abricot, épices, agrumes...), un bel équilibre et une bonne longueur en bouche.

Ils accompagnent parfaitement les spécialités locales, la cuisine épicée et la plupart des préparations sucrées-salées. Il serait souhaitable de ne pas le servir trop frais (11/12 °C).

• Torrontés

Considéré comme le seul cépage autochtone en Argentine, il est de plus en plus présent dans le pays où son implantation date de l'époque des conquistadors espagnols. On le trouve dans de nombreuses régions, mais c'est dans la province de Salta, et surtout la région de Cafayate qu'il donne les meilleurs résultats.

Le torrontés, léger et très aromatique, est un vin blanc à faire découvrir à l'apéritif et sur les préparations qui appellent un vin doux, mais sans trop de sucre résiduel.

AFIN DE DÉSACRALISER LES VINS DE LA RÉGION

Le Bar à vin du CIVB, outil de promotion efficace pour les bordeaux

Bordeaux (33) Ouvert en 2006 par le Comité interprofessionnel des vins de Bordeaux, il est devenu un lieu de référence pour la dégustation des 60 appellations bordelaises.

Idéalement situé en face de l'office de tourisme, le Bar à vin du Comité interprofessionnel des vins de Bordeaux a été ouvert en 2006, pour offrir aux viticulteurs des différentes appellations d'origine contrôlées (AOC) de la région une vitrine pour leur production en dehors des très grands crus. Installé au rez-de-chaussée du siège social du CIVB, le bar se compose de salons confortables (62 places assises) et d'une terrasse ouverte en été. "Notre but est de désacraliser les bordeaux et de montrer que ces vins d'appellations mythiques peuvent être aussi des vins à boire en dehors d'un repas de fête, en apéritif, de façon festive, et ce, avec un excellent rapport qualité-prix", explique **Guillaume Gresta**, responsable du Bar à vin. La région viticole représente 1 600 étiquettes différentes, aussi une sélection très rigoureuse est

effectuée par le CIVB. Un appel d'offres est lancé auprès des 60 AOC (vin blanc sec, vin blanc d'or, bordeaux-bordeaux supérieur, côtes de bordeaux, médoc-graves, saint-émilion-pomerol-fronsac et crémant), Les bouteilles reçues sont ensuite dégustées à l'aveugle et choisies de façon très stricte. Le prix maximum par bouteille est de 40 € TTC, achats destinées à la fois au Bar à vins, à l'École du vin et à la promotion sur les marchés internationaux. La carte du Bar à vin propose une trentaine de références, y compris le crémant de bordeaux qui représente à lui seul plus de 5 % des ventes annuelles.

Des tarifs modérés

Pour conseiller les clients, trois sommeliers sont à leur écoute - un Français, un Italien et un Japonais - ainsi que deux

conseillers en vins, tous employés à l'année. L'été, un partenariat avec le lycée hôtelier de Talence (33) permet de recruter des étudiants en sommellerie. "Il n'y a pas la contrainte de gagner de l'argent. L'obligation du Bar à vin est la recherche de l'équilibre financier et d'être avant tout la courroie de transmission entre les clients et nos viticulteurs", précise Guillaume Gresta. Les tarifs pratiqués sont donc très avantageux (de 2 € à 8 € le verre). Assiette de charcuterie, de fromage ou Farandole de chocolat sont aussi proposés (de 5 € à 6 €) pour un ticket moyen de 7,50€. La clientèle est surtout composée de Bordelais en hiver et de touristes en été. L'office de tourisme propose, pour un supplément de 3 € au prix des visites de la ville, un bon de dégustation pour un verre de 10 cl de vin rouge et de vin blanc. C'est l'une des seules communications faites par le Bar à vin, et pourtant, s'enthousiasme Guillaume Gresta, "Nous sommes de plus en plus connus et reconnus des Bordelais qui savent que nous changeons très régulièrement notre carte." Pour chaque château dégusté, une carte explicative est remise au client, qui comporte le nombre d'hectares de la propriété, les caractéristiques du sol, les cépages, la production, le prix de la bouteille TTC au départ du chai et une carte de localisation pour s'y rendre. Un service complet qui explique sûrement la croissance de fréquentation de l'établissement : en 2007, elle s'élevait à 25 000 clients (30 000 verres) et a atteint, en 2010, 50 000 clients (62 000 verres).

Dominique Olina



Le Bar à vin du CIVB.

© PHILIPPE ROY

BAR À VIN DU CIVB

1 COURS DU 30 JUILLET - 33075 BORDEAUX

TÉL. : 05 56 00 43 47

[HTTP://BARAVIN.BORDEAUX.COM](http://BARAVIN.BORDEAUX.COM)

GRÂCE À UNE RENCONTRE ENTRE VIGNERONS ET CLIENTS

Les vins de Blaye augmentent leur audience en restauration

Bordeaux (33) L'opération Blaye au comptoir prend de l'ampleur avec 45 vigneron de l'AOC blaye côtes de bordeaux, pour autant de bistrot et restaurants bordelais participants.

Ce sont des vins comme ceux-là qui nous manquent. Des flacons d'un excellent rapport qualité-prix, à moins de 7 € départ propriété que l'on peut proposer sur table autour de 20 €." À l'instar de dix autres restaurateurs, c'est la première fois que **Jean-Pierre Héland**, patron de La Dame de Shanghai, accueille l'opération Blaye au comptoir. Jusque-là, l'AOC - classée pourtant au top 10 des plus vendues en GSM en France (voir encadré) - était absente de la carte. Cela va certainement changer. C'est précisément le but recherché comme l'explique le directeur de la Maison des vins **Jean Lissague** : "Lorsqu'on a démarré à Paris il y a quinze ans, nous étions très peu présents sur les tables. Ce n'est plus le cas."



Le vigneron **Jean-Vincent Bideau** (Château Petit Boyer) fait déguster son vin au restaurant La Dame de Shanghai.

Dégustations dans la citadelle de Bordeaux

La force du concept : un vigneron apporte ses bouteilles durant le service, passant de table en table pour les faire déguster et explique son travail. Des liens se nouent avec la clientèle. Le vigneron **Jean-Vincent Bideau** du Château Petit Boyer confie apprécier ces échanges : "C'est plus facile à Paris où la tradition de recevoir des vigneron est ancienne. Les restaurateurs font le lien. Ils autorisent même la vente à emporter." À Bordeaux, ce n'est pas encore le cas, l'an prochain peut-être. En attendant, d'autres opérations sont sur les rails : le Printemps des vins de Blaye, les 9 et 10 avril, invite à déguster les vins de 80 vigneron dans la citadelle classée par l'Unesco. C'est l'évènement grand public le plus important du Bordelais, avec plus de 10 000 visiteurs. À Paris, la 16^e édition de Blaye au comptoir est annoncée les 19 et 20 octobre. **Brigitte Ducasse**

Top 10 des AOC les plus vendues en GSM en France

- 1- Bordeaux générique
- 2- Côtes du rhône générique
- 3- Côtes de provence
- 4- Corbières
- 5- Cabernet d'anjou
- 6- Bordeaux supérieur
- 7- Blaye côtes de bordeaux
- 8- Bergerac
- 9- Bordeaux rosé
- 10 - Côteaux d'aix

Source 2011 IRI/Rayon Boissons

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

POUR DES CONSOMMATEURS EN QUÊTE D'AUTENTICITÉ

Kronenbourg : deux nouveaux brassins pour le meilleur de l'Alsace

Avec Fleuron d'Alsace et ses bières de saison, Kronenbourg revendique ses origines et un savoir-faire unique.

Le brasseur, dont les origines remontent à 1664, propose au coin du zinc Kronenbourg Fleuron d'Alsace. "Une nouvelle bière blonde aux reflets dorés, titrant 5,5°, spécialement élaborée avec une pincée de houblon 'tradition d'Alsace', réputé pour la finesse de ses arômes." Mousse onctueuse, caractère affirmé et goût généreux, cette bière complète une gamme riche pour les cafés, hôtels et restaurants, constituant, estime le brasseur, "un véritable atout dans un marché où les attentes des consommateurs sont de plus en plus élevées" : "Les études menées sur le marché de la bière sont formelles : les consommateurs souhaitent sans cesse découvrir de nouveaux produits et de nouvelles saveurs. Ils n'attendent plus une simple consommation, mais recherchent une expérience gustative riche et nouvelle. Par ailleurs, l'attrait pour les bières de spécialité et régionales, et pour les produits locaux, traduit un fort besoin d'authenticité. Diverses études ont montré ces dernières années combien les consommateurs, dans un monde globalisé, sont en quête de produits vrais, avec une identité et une histoire." Kronenbourg Fleuron d'Alsace



n'est pas une bière de saison, mais bien une nouvelle référence ayant "pour vocation d'être servie tout au long de l'année en premier bec".

Franc succès pour la gamme saisonnière

En revanche, Kronenbourg Sélection des brasseurs printemps démarre les brassins saisonniers 2011, des bières diffusées en série limitées et spéciales CHR. La recette printanière est signée **Dominique Félix**, maître brasseur chez Kronenbourg depuis vingt-six ans. "Moelleuse en bouche et titrant à 5,5°, Kronenbourg Sélection des brasseurs printemps se pare cette année d'une belle robe ambrée. C'est une bière finement fruitée aux arômes de malt et aux notes florales", indique Kronenbourg. Disponible à la pression dans 5 000 établissements jusqu'au 31 mai, elle est accompagnée d'une promotion sur le lieu de vente comprenant cavaliers de pompes, guirlandes et sous-bocks. Débutée l'an dernier, cette gamme saisonnière a rencontré un vif succès auprès des consommateurs. Chaque bière est élaborée par un maître brasseur différent qui appose sa signature sur l'étiquette. Deux autres brassins sont prévus cette année sous la responsabilité de **Stéphane Henry** en automne et de **Marc Vaitilingom** cet hiver.

Associations bières et mets

Le lancement de Kronenbourg Fleuron d'Alsace et de Kronenbourg-sélection des brasseurs printemps 2011 a fait l'objet d'associations mets et bières à Paris réalisées par des chefs de renom. **Christian Constant** a choisi d'abord une Gelée de crustacés crème de

Au Pavillon Gabriel, à Paris, Kronenbourg a présenté ses nouveautés CHR et GMS lors d'associations mets et bières réalisées par de grands noms de la restauration. Sur la photo, de g. à d. : **Jean-Pierre Biffi**, **Ghislaine Arabian**, le chroniqueur **Jean-Luc Petitrenaud**, **Christian Constant**, **Thierry Marx** et **Jean-François Piège**.

fenouil en coque d'oursin dont "les saveurs iodées relevées de fenouil viennent adoucir et enrober l'amertume de la bière Fleuron d'Alsace tout en jouant l'accord de textures", selon un autre maître brasseur de Kronenbourg, **Rody McEwan**. Seconde 'bouchée' concoctée : un Millefeuille de langue et foie gras de canard. "Cette variante de langue Lucullus se marie bien avec les arômes de fruits rouges et de boisée de cette bière qui réplique avec une belle générosité d'expression. Sans oublier le moelleux taquiné par les bulles." **Thierry Marx** a travaillé quant à lui sur les accords Bière de printemps. "Dans la partie salée, avec le Bœuf façon pastrami, j'ai apporté du gras et du fumé pour valoriser l'amertume. Dans la partie sucrée, avec le Pressé de pain d'épices cuit à basse température, j'ai procédé de façon inverse, en cherchant à atténuer l'amertume pour sublimer le parfum de la bière. J'ai trouvé cet exercice très intéressant. La bière m'inspire car elle provoque du plaisir à la dégustation et, à ce titre, elle mérite qu'on s'y penche. Il ne faut pas négliger nos clients amateurs de bière qui sont aussi des dégustateurs."

Sylvie Soubes



Fleuron d'Alsace, la nouvelle bière de Kronenbourg dédiée au circuit CHR.

MANAGEMENT
HOTELLERIE
RESTAURATION
TOURISME
ÉVÉNEMENTIEL

BAC → BAC +2
BAC → BAC +3
BAC +2 → BAC +3
BAC +2/BAC +3 → BAC +5

ÉCOLE DE SAVIGNAC
Hospitality Business and Service Management

www.ecole-de-savignac.com

34420 Savignac-sur-Églisès - France - Tél. 00 33 (0)5 33 05 28 11 - e-mail: savignac@ecole-de-savignac.com

ANDRESY ORIGINES
Exception, Love of Refinement

À l'origine les confitures...
...sur les tables hospitalières depuis 1930

20 Rue Maurice Bertheaux - 78780 Maurecourt - France
Tél : +33(0)1 39 75 14 55 - Fax : +33(0)1 39 75 06 23
hotellerie@confitures-a-lancienne.fr - www.andresy-origines.com

LES PARFUMABLES®
Cadeaux personnalisés

Oui, je désire recevoir GRATUITEMENT une céramique parfumée

Je visite parfumable.com/hotel

J'appelle **05.55.37.25.25**

Offre réservée aux professionnels de l'hôtellerie

Kronenbourg enquête sur les attentes des consommateurs

Dans le cadre de son étude 'Usages et habitudes', le brasseur a interrogé les consommateurs sur les besoins auxquels répond l'acte de consommer une boisson froide en général, et une bière en particulier. Résultat : "Pour les consommateurs de bière, les deux constats les plus cités sont 'pour se faire plaisir' (30 % des réponses) et 'pour partager un bon moment avec les autres' (20 % des réponses). Ces deux besoins sont aussi cités prioritairement chez les consommateurs toutes boissons froides, mais avec des pourcentages moindres, respectivement de 19 % et 15 %. Auprès des consommateurs de bière, 'savourer le moment' (15 %) et 'se rafraîchir' (12 %) arrivent respectivement aux 3^e et 4^e rangs. (...) Se faire plaisir autour du goût, c'est savourer un moment de découverte en dehors du repas, à la maison ou dans un bar, et de préférence en fin de journée ou en soirée. Ces moments pour soi sont propices au changement d'habitudes et à la recherche de goûts nouveaux. C'est un temps de dégustation, plus que de soif, où l'on est attentif à la couleur, à la texture, aux arômes, aux nuances de saveurs. C'est un moment où l'on hume, où l'on goûte et où l'on cherche à susciter son palais. Partager de bons moments avec les autres, c'est se retrouver entre amis, de préférence le soir, avant ou après un repas, à l'apéritif, pendant une soirée ou lors d'une fête. La bière, qui accompagne également volontiers un repas (occasion citée à 30 % ; 52 % pour toutes boissons froides), apparaît plus que jamais comme un produit de lien social et de convivialité."

LES PROFESSIONNELS SONT PÉNALEMENT ET CIVILEMENT RESPONSABLES EN CAS DE PROBLÈMES

Staphylocoque doré et bactéries pathogènes : ne pas oublier l'essentiel

Le décès dramatique d'un client quelques heures après avoir consommé un repas dans une enseigne de restauration rapide a remis sous le feu de l'actualité les conséquences gravissimes que peuvent avoir des manquements aux règles élémentaires d'hygiène. Des gestes simples mais incontournables permettent néanmoins d'éviter de prendre des risques. Piqûre de rappel.

Par Dominique Voisin, auteur du blog des Experts 'Hygiène et HACCP : le minimum pour être prêt pour un contrôle'

Des bactéries retrouvées sur les salariés d'un restaurant, cela n'arrive pas qu'aux autres. Ce constat est rendu d'autant plus pressant depuis le décès d'un adolescent victime d'une intoxication alimentaire liée à l'absorption, quelques heures avant sa mort, d'un repas pris dans un établissement de la chaîne de restauration rapide Quick à Avignon. L'affaire a fait grand bruit, et la conclusion du procureur de la République d'Avignon, après que des prélèvements ont été effectués, l'établit clairement : "Les résultats montrent la présence de staphylocoques dorés dans le liquide gastrique de l'adolescent ainsi que sur cinq employés du restaurant." Le procureur d'Avignon a annoncé l'ouverture d'une information judiciaire contre X pour homicide involontaire...

Il n'est d'ailleurs pas inutile de rappeler ce que souligne l'arrêté ministériel du 9 mai 1995 réglementant l'hygiène des aliments remis directement au consommateur : "Les professionnels sont civilement et pénalement responsables des problèmes subis par leurs clients après avoir consommé des aliments achetés dans leur établissement. Tous les aliments vendus doivent être sains et non contaminés."

Qu'est-ce que le staphylocoque doré et comment se transmet-il ?

Le staphylocoque doré est une bactérie pathogène, qui produit une toxine responsable de troubles importants de la digestion.

Quelques heures (entre 1 et 6 heures) après son ingestion, la victime souffre de violents vomissements, accompagnés de nausées, de diarrhées et de maux de tête.

Néanmoins, même chez des personnes en parfaite santé, on trouve

des staphylocoques dorés au niveau des fosses nasales, de la bouche et de la gorge.

En milieu professionnel, la transmission se fait :

- par des mains non lavées ;
- par des mains infectées et non protégées par des gants ou/et des doigtiers ;
- en éternuant, en crachant, en toussant ou en postillonnant.

Le staphylocoque doré crée des lésions qui favorisent sa diffusion. Ce sont des infections visibles sur la peau avec production de pus :

- furoncles ;
- panaris ;
- impetigo.

Un professionnel avec de telles infections aux mains ne doit plus manipuler d'aliments.

Les autres bactéries pathogènes

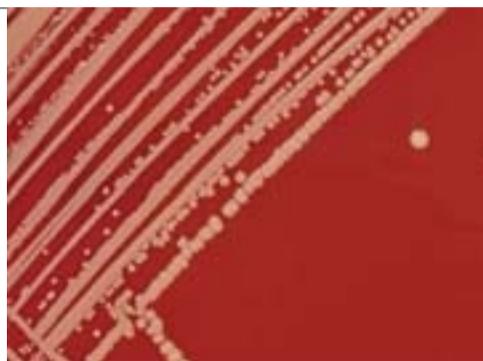
Mais attention, il existe aussi d'autres bactéries pathogènes dont les principales sont la salmonelle, la listeria et le clostridium perfringens.

Il convient d'abord de rappeler que le pouvoir pathogène d'une bactérie dépend de trois éléments :

- la rapidité à laquelle elle se multiplie ;
- sa capacité à produire des toxines ;
- le pouvoir de résistance de la personne contaminée.

Récapitulatif des principales bactéries pathogènes :

Bactéries	Aliments en cause	Incubation	Symptômes
Salmonelle	Viande crue, coquilles d'œufs, fruits de mer, légumes non nettoyés.	6 à 48 heures	Fièvre, mal au ventre, vomissements, diarrhées
Listeria	Volaille, lait cru et dérivés, charcuteries	6 à 48 heures	Forte fièvre, encéphalite, méningite
Clostridium perfringens	Aliments réchauffés, sauces, viandes	10 à 24 heures	Crampes abdominales, diarrhées, possibilité de choc



Le staphylocoque doré est une bactérie pathogène, qui produit une toxine responsable de troubles importants de la digestion.

les matières fécales des animaux et éclosent dans l'eau ; les larves sont ensuite ingurgitées par des petits crustacés, qui sont eux-mêmes ingérés à leur tour

par des poissons.

La plupart des poissons de consommation courante peuvent être touchés (hareng, maquereau, morue, merlan, lieu...).

Les conséquences pour l'organisme sont très virulentes : la maladie se manifeste quelques heures après l'ingestion du poisson parasité. Les larves provoquent des douleurs gastriques, éventuellement nausées, vomissements ou diarrhées.

La prévention est simple : le poisson doit être congelés pendant 24 heures à -20°C avant une consommation crue.

La maladie du ver du hareng

Il existe un autre danger : celui qui cause le poisson cru via l'anisakidose ou maladie du ver du hareng. Cette maladie est provoquée par un ver qui vit dans l'estomac des mammifères marins (dauphins, baleines). Les œufs des vers sont éliminés par



Le pouvoir pathogène d'une bactérie (ici, une salmonelle) dépend de trois éléments : la rapidité à laquelle elle se multiplie, sa capacité à produire des toxines et le pouvoir de résistance de la personne contaminée.

En résumé

- Les conséquences peuvent être très graves si les conditions d'hygiène des locaux, des manipulateurs et du stockage sont défectueuses, sans compter la congélation illicite et le manque de protection des denrées par rapport à la clientèle.
- Beaucoup de professionnels de la restauration semblent mal connaître la réglementation, alors que l'activité de vente à emporter est en pleine expansion ; le problème majeur est donc plutôt à rechercher du côté du manque de qualification.
- L'effort devrait donc être axé sur la formation aux bonnes pratiques d'hygiène qui est obligatoire.

L'Hygiène Restauration

Le bon **RÉFLEXE** pour trouver vos **FOURNISSEURS** **kifaikoi.com**

MATÉRIELS & équipements

Produits alimentaires & BOISSONS

SERVICES

5, rue Antoine Bourdelle • 75015 Paris • Tél. 01 40 48 63 12 • kifaikoi@kifaikoi.com

LES MÉTIERS DE LA SALLE À L'HONNEUR

Un 50^e anniversaire haut en couleurs pour le concours de la coupe Georges Baptiste

Lundi dernier, Tom Fournie, élève au lycée professionnel Brillat-Savarin à Bellegarde-sur-Valserine (01) et Mickael Bouvier, maître d'hôtel de la Pyramide à Vienne (38), ont remporté respectivement dans leur catégorie cette 50^e édition.

Créée en 1961 par **Georges Baptiste**, ce concours vise à mettre en avant les métiers de la salle. **Franck Languille**, président de la CGB, a rappelé l'enjeu d'un tel concours : "Nous défendons un métier très noble. Un métier dont les cuisiniers et les pâtisseries ne pourront jamais se passer !" Le repas gastronomique français est entré au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco. "Les arts de la table font parties de cette grande tradition française", soutient le président. Pour marquer cette occasion, le bureau de la CGB - qui rassemble 36 bénévoles - a fait coup double en créant spécialement un partenariat avec l'association des Meilleurs Ouvriers de France Fromagers (16 au total). Pourquoi ? "Tout simplement parce que la coordination entre les maîtres d'hôtels et les fromagers est une évidence. Nous avançons vers le même objectif et ça permet également de réunir plus de personnes pour promouvoir la profession", déclare **Jean-Michel Trohay**, responsable sponsors et partenaires.

Les élèves et les professionnels du service en salle à l'honneur

"Le concours est un succès : on arrive à couvrir les 22 régions et la Martinique depuis cette année et d'ici peu, j'espère, la Guadeloupe", s'enthousiasme Frank Languille. Lundi 14 mars, ils étaient 33 jeunes issus d'écoles hôtelières, CFA et 11 professionnels à s'affronter dans les locaux du lycée hôtelier René Auffray à Clichy (92). Tout au long de cette journée, ils ont dû plancher sur des épreuves écrites et pratiques représentatives du service en salle. Dans la catégorie 'élèves', la première place revient à **Tom Fournie**, du lycée professionnel Brillat-Savarin à Bellegarde-sur-Valserine (01). En seconde position, **Andréa Papasergi**, du lycée ESCCF Ferrandi à Paris, suivi de **Lola Karius**, du CFA René Mondon à Metz (57). Du côté des 'professionnels', le vainqueur est **Mickael Bouvier**, maître d'hôtel à La Pyramide (Vienne, 38) qui a reçu le vase de Sèvres des mains de **Carla Bruni-Sarkozy**, épouse du président de la République, tout comme le vainqueur chez les jeunes. "C'est une belle revanche par rapport à l'année passée où je suis arrivé 2^e et une belle remise en questions", ajoute le jeune homme ému, qui se prépare en parallèle à la finale du MOF Maître d'hôtel qui aura lieu les 9 et 10 mai prochains au Fouquet's à Paris. Sur la deuxième marche du podium : **Romuald Schaeffer**, professeur de restaurant au lycée des métiers Santos Dumont à Saint-Cloud (92). **Marine Rochet**, chef de rang au restaurant Le Jules Vernes à Paris (VII^e), termine troisième. Parmi les prochains rendez-vous de la Coupe :



De g. à d. en catégorie 'élèves' : 3^e, **Andréa Papasergi**, du lycée ESCCF Ferrandi à Paris ; 2^e, **Lola Karius**, du CFA René Mondon à Metz et le vainqueur 2011, **Tom Fournie**, du lycée professionnel Brillat Savarin à Bellegarde-sur-Valserine.



De g. à d., en catégorie 'professionnels' : 2^e, **Romuald Schaeffer**, professeur de restaurant au lycée Santos Dumont à Saint-Cloud ; 3^e, **Marine Rochet**, chef de rang au restaurant Le Jules Verne à Paris et le vainqueur 2011, **Mickael Bouvier**, maître d'hôtel à La Pyramide à Vienne.

la finale européenne du 24 au 26 octobre en Irlande (c'est **Nicolas Jerz**, lauréat 'élève' 2010 qui représentera la France) et la finale internationale au Japon, en novembre 2012. Quant à **Bernard Granier**, parrain de cette promotion et directeur général du groupe Concorde Hotel Resort, il a félicité tous "ces jeunes qui ont travaillé dur pour ce concours. C'est déjà une belle victoire d'être arrivé jusque-là. Avec du travail et de la volonté, on arrive à tout." Pour clôturer cette cérémonie, la soirée s'est terminée dans les salons du Concorde Lafayette à Paris. Un bel anniversaire qui a permis de rassembler tous les passionnés à cette fête du service en salle. **Hélène Binet**



Tom Fournie, catégorie élèves a reçu le vase de Sèvres des mains de **Carla Bruni-Sarkozy**.

Alain Villacampa, président d'honneur de la coupe Georges Baptiste, **Yvan Grégory**, **Mickael Bouvier**, et **Franck Languille**, président de la Coupe Georges Baptiste.



BULLETTIN D'ABONNEMENT

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
Poissons durables : où trouver une liste complète ?

Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts
avec le mot clé **RTK3135** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr