

L'Hôtellerie Restauration

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

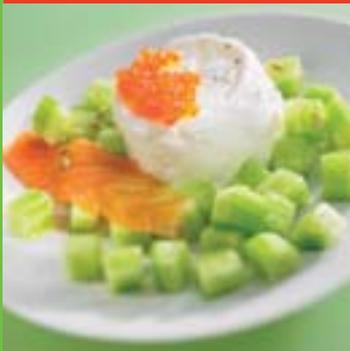


Le Terroir source d'Inspiration !

Osez la Faisselle à la carte !

Produit star de l'été : Rentable et Tendance !

Faisselle en entrée



Faisselle scandinave



Faisselle en salade de printemps



Faisselle en gaspacho



Faisselle comme un tartare

Faisselle en dessert



Faisselle du jardin



Faisselle et brochettes de fruits



Faisselle du Roussillon



Faisselle Domino

De nombreuses idées recettes sur notre site : www.rians-restauration.com



La Faisselle Rians

- pour des recettes Fraîches, Légères et très Tendances
- pour des recettes Simples, Rapides à mettre en œuvre et très Rentables !

En entrée

En dessert

Rentable !
Coefficient
x 6 à x 10



La Faisselle tartine

Tomates cerise, pain toasté,
huile d'olive et feuilles de basilic

Coût portion : 1,10 € environ
(sur la base d'une Faisselle de 150g)

Temps de préparation : 2 minutes (dont
toastage du pain)



La Faisselle aux agrumes

Segments d'orange et de pamplemousse,
poudre de cannelle ou fleur d'oranger

Coût portion : 0,65 € environ
(sur la base d'une Faisselle de 150g)

Temps de préparation : 1 minute

GRATUIT Recevez vos Cartes
de Dessert Faisselle !
Carte 100 % personnalisable !

Contactez-nous vite pour élaborer
et recevoir vos cartes !

- par mail : rians.restauration@rians.com

- par tél : Véronique au 02 48 66 23 88

- par courrier : Rians Restauration - Route des Malvettes - 18220 Rians



La Faisselle (6 x 150 g)



La Faisselle (12 x 100 g)



La Faisselle Bio (100 g)

L'Hôtellerie Restauration

7 AVRIL 2011 N° 3232

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Secrets de chef



Philippe Etchebest
Chef 2 étoiles
Michelin de
l'Hostellerie
de Plaisance à
Saint-Émilion (33)

pages 80-87

ACTUALITÉ

Hôtels

- Best Western renouvelle son parc parisien p.8

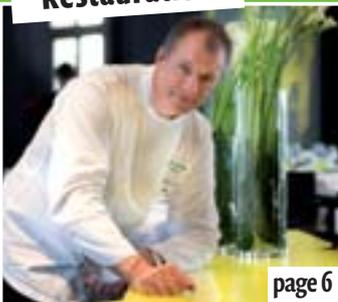
Vie professionnelle

- Cafés cultures étend son réseau p.12

Formation

- Trophée Malongo 2011 du Jeune Professionnel du café : doublé gagnant pour Marseille p.14-15

Restauration



page 6

Patrick Henriroux

Sereine métamorphose pour
La Pyramide à Vienne (38)

Tourcoing (59)

AU 41^E CONGRÈS DE LA CPIH, L'APPEL À L'UNION

page 10



Gérard Guy appelle les
représentants des organisations
professionnelles à unir leurs voix pour
défendre les dossiers en commun.

7 AVRIL 2011 - N° 3232 - COMMISSION PARITAIRE N° 0910 T 79916 - ISSN 0750-3717

Produits & équipements

pages 88-112

Glaces et pâtisseries

p.88
à 95

ET AUSSI

- MOBILIER, LUMINAIRES, LITERIE
- RÉSERVATIONS EN LIGNE

Spécial **FORMATION**
pages 107-112

Ce numéro est composé d'un cahier de 116 pages, d'un encart Simon Jersey, d'un encart Sealy et d'un encart Bulletin d'abonnement.



De l'entrée au dessert,
les glaces savent tout faire.

Cahier central
Retrouvez
les annonces de
ventes de fonds,
d'offres et de
demandes d'emploi



**Te rate pas...
sers du Fanta !!**



**Plus c'est Fanta
moins c'est sérieux !**

Édito

AVANT QU'IL NE SOIT TROP TARD

Comme il vaut mieux positiver, espérons que le 'programme' dévoilé ce week-end par le parti socialiste pour l'élection présidentielle de 2012 ait l'effet d'un électrochoc sur la profession encore une fois stigmatisée à propos de la TVA. Selon les auteurs de ce projet, il faut purement et simplement - mais il s'agit ici de considérations politiques forcément réductrices - supprimer ce qui est baptisé 'ristourne Sarkozy' ! On ne savait pas qu'un taux de TVA était une 'ristourne', mais en période électorale, il est permis de dire et d'écrire n'importe quoi. Il n'empêche, cette salve, qui est loin d'être la première (certains députés de l'actuelle majorité n'ont pas été plus brillants sur le sujet), a valeur d'alerte. Il n'est que temps pour la représentation professionnelle de bâtir ses arguments afin de présenter aux candidats à la magistrature suprême une vision positive du métier, de ses contraintes, et son apport à l'économie nationale en matière de création d'emploi, d'avancées sociales et de modération des prix. Car le temps presse, et après la longue crise qui a perturbé l'Umih, et par ricochet l'ensemble des organisations patronales, il est aujourd'hui impératif de relancer une dynamique à destination des politiques et des médias toujours aussi peu disposés à entendre des arguments de bon sens. De même, toujours en matière de TVA, l'Hotrec s'inquiète des projets de réforme de la Commission européenne qui s'interroge sur le bien-fondé de la TVA réduite sur les chambres d'hôtels pratiquée par 24 des 27 pays membres de l'Union. Qui a lu le 'green paper' publié à cet effet et qui a répondu au questionnaire lancé par les autorités de Bruxelles (lire notre article en page 12) ?

L'heure n'est plus aux communiqués sirupeux concoctés par des officines de relations publiques, mais à une politique musclée d'explications crédibles sur la réalité de la profession, son importance économique, les perspectives de promotion sociale qu'elle propose, sans oublier son rôle dans les secteurs clés de l'investissement immobilier et de l'équilibre des comptes extérieurs. Car la pédagogie est aussi une longue répétition.

L.H.R.

6-16 L'ACTU DE LA SEMAINE

18 **COURRIER DES LECTEURS & BLOGS DES EXPERTS** de Pascale carbillot

OÙ SONT LES FEMMES ?

20 • Ce mois-ci, portrait de **Caroline Rostang**, qui applique une approche transversale aux établissements Rostang.

RESTAURATION

- 22 • **Gérard Depardieu** est 'Bien décidé' à faire découvrir ses vins rue du Cherche-Midi (Paris, VI^e).
- 24 • Le parcours atypique de **Thierry Alix** à La Folia, la table du Château de Flaugergues à Montpellier (34).
- 26 • La Madeleine de Proust ou l'art de ne jamais vieillir pour **Philippe Merle** à Toulouse (31).
- Les Jardins de l'Hamadryade, havre de paix de **Kira et Frédéric Mégnien** à Villeneuve d'Ascq (59).
- 28 • Retour sur les temps forts de l'**Omnivore Food Festival 2011**.

■ Resto concept

- 30 • 'Cuisine spectacle', service à table : le double concept du **Comptoir Cuisine** à Bordeaux (33).
- 32 • **Pezzo**, la pizza au poids à la romaine arrive à Paris.
- **Fiam Flam** : les Toulousains dégustent la flammekueche à domicile.

■ International

- 34 • Rencontre avec
- François-Xavier Nouzille**
- , en Argentine depuis douze ans.

HÔTELS

- 36 • **Le Jiva Hill Park Hotel** au Crozet (01), près de Genève, gagne une 5^e étoile.
- 38 • **Le spa du Métropole ESPA** à Monaco : un lieu d'exception et d'évasion.
- **Côté hôtel** à Légnay (69), un hôtel 2 étoiles convivial au cœur du Beaujolais.
- 40 • **Baya Hôtel & Spa**, un hôtel en forme de proue de bateau à Cap-breton (40).
- International
- 73 • Starwood Hotels & Resorts ouvre le 40^e établissement de la marque W à Londres.
- Déco
- 74 • Portrait de **Christine Bonneau**, décoratrice d'hôtels, qui multiplie les projets.
- Conjoncture
- 76 • L'appel du luxe pour **Le Cercle des grandes maisons corses**.
- 78 • **Smartphones** : une révolution pour l'hôtellerie ?

41-72 PETITES ANNONCES *Ventes de fonds, offres et demandes d'emploi*

80-87 SECRETS DE CHEF

Carte blanche à **Philippe Etchebest**, chef deux étoiles de l'**Hostellerie de Plaisance à Saint-Émilion (33)**.

© Julien Nraubly/66

L'Hôtellerie Restauration

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

journal@lhotellerie-restauration.fr

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : CHRISTIAN BRUNEAU

• Commission paritaire n° 0910 T 79916

• Dépôt légal à parution

• Diffusion : 56 112 • ISSN 0750 3717

IMPRESSION : IMPRIMERIE IPS - 27120 PACY-SUR-EURE



Presse PRO

PRODUITS & ÉQUIPEMENTS

88-95 GLACES ET PÂTISSERIES

96-103 MOBILIER, LUMINAIRE ET LITERIE

104-107 RÉSERVATIONS EN LIGNE



SPÉCIAL FORMATION 107-112

113 L'AGENDA DU MOIS





Coup de fraîcheur sur le marché des salades.

Davigel lance 23 nouvelles recettes 100 % dédiées aux professionnels de la restauration.



Davigel SAS - RCS Dieppe B 632 750 139

www.davigel.fr

N°Azur : 0 810 88 10 88
Prix appel local

Davigel
Partenaire de votre réussite

La sereine métamorphose de la Pyramide

Vienne (38) Tout nouveau, tout beau. La formule fait trop souvent figure de poncif mais s'applique parfaitement à la transformation, en moins de six semaines, de l'établissement de Patrick et Pascale Henriroux.

Jean-François Mesplède

Un soir, alors qu'il dîne dans un restaurant au Japon, Patrick Henriroux demande conseil au serveur. Celui-ci lâche un petit mot dans sa langue natale : "omakase". Littéralement, "c'est le chef qui décide". "Tout est parti de là, admet Patrick Henriroux. Il m'appartenait de reprendre la main sur les travaux que Pascale et moi entendions mener." En parfaite complicité, et en s'appuyant sur Régis Dho, architecte ami de la maison qui connaît parfaitement le milieu de la restauration, Rouveure et Marquez, staffeurs à Lyon, pour le plafond de la salle à manger, Collinet, qui a signé les sièges, et Buisson et Bunel, qui ont réalisé les rideaux en cachemire. La réflexion s'est poursuivie pendant quatorze mois avant de donner le premier coup de pioche. Entre-temps, des échanges, des ébauches, des dessins. "Nous voulions continuer dans l'esprit des travaux menés en 2009, quand nous avons créé PH3, un lieu



Patrick Henriroux avoue s'être "fait peur" avec ces travaux menés, tambour battant, en six semaines.



La salle de la Pyramide, haute, majestueuse, lumineuse.

de convivialité. Nous avons pris le temps car nous refusions que l'investissement pénalise l'assiette et le service", analyse le chef.

Marbre de Carrare et feuille d'or

L'objectif de ces travaux était à l'évidence de ne pas rester prisonnier d'une image, sans toutefois nier l'histoire du lieu. "Nous sommes systématiquement associés à Fernand Point [l'emblématique ancien propriétaire du lieu, NDLR] et donc assimilés à une maison classique. Nous voulions rompre avec ce code. Après vingt-deux années ici, nous avons envie de dire que l'on pouvait faire autre chose. Sans changer d'adresse, on a changé la maison", ajoute-t-il. Dès lors, pour un homme qui affirme que "le sens du lieu est important", tout est passé par une foule de détails élégamment pensés. Comme ces petits salons à l'entrée où le marbre de Carrare sur les murs et les fauteuils de pharaon passés à la feuille d'or s'offrent aux clients. En couissant, la porte s'ouvre alors sur la salle, haute, majestueuse, lumineuse, qui joue sur une complicité colorée en jaune et noir. "Nous avons travaillé sur l'aérogologie, pour éviter les courants d'air, mais aussi l'isophonie et une lumière régulée en fonction des heures de la journée", dit le chef qui, en passant de 65 à 52 couverts rend de l'espace aux clients.

"Nous voulons travailler différemment, avec une plus grande précision, une plus grande finesse. Je ne voulais plus que le restaurant soit la pierre angulaire de la réussite de la maison. Il doit proposer plusieurs îlots qui ont chacun leur vie propre. La plus haute démonstration chez nous, c'est la matière humaine. Les gens sont la maison", conclut Patrick Henriroux. ■

LA PYRAMIDE

14 BD FERNAND POINT

38200 VIENNE

TÉL. : 04 74 53 01 96

WWW.LAPYRAMIDE.COM

Retrouvez la Pyramide en dates et en chiffres en tapant le mot-clé RTR513884 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

L'École du Vin de France

Formations intensives diplômantes
sur 3 ou 5 jours

Diplômes du WSET «Intermediate»
et «Advanced»
reconnus à l'international.

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



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



Tout ce qui concerne la pizza et les différentes façons de préparer la pâte. Vous souhaitez gérer avec succès une Pizzeria, approfondir vos connaissances et vous spécialiser ? La méthode de la Scuola Italiana Pizzaioli vous permet de réussir à assimiler tous les secrets qui demanderaient des mois d'apprentissage auprès d'un pizzaiolo.



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

Domaine d'activité de la Batthe • Chemin de la Batthe • 34460 Courmoussier
Tél. : 04 67 814 788 • Fax : 04 67 412 778 • contact@eipiz.fr • www.eipiz.fr



Une étoile à l'avant, 5 étoiles à l'arrière

Nouveau Viano / Nouvelles références

VAUDO*

Un grand sens pratique pour s'adapter à vos priorités.
6 à 8 places, sièges en vis-à-vis ou en rangées.
À bord du nouveau Viano, vous donnez le sens que
vous souhaitez à votre confort et à celui de vos passagers.
Pourquoi choisir entre confort et volumes ?

Rendez-vous sur www.mercedes-benz.fr/viano

BLUE EFFICIENCY

Viano Trend équipé d'un pack Grand Air
à partir de 35 340 € HT



Prix HT conseillé au 1^{er} septembre 2010 pour un Viano Mercedes-Benz Long 2.0 CDI BE Trend BM6 136 ch 8 places équipé d'une 2^e porte latérale, de la climatisation arrière automatique et du TO panoramique arrière. Offre valable dans le réseau Mercedes-Benz pour tout Viano commandé entre le 01/02/2011 et le 30/06/2011 et livré avant le 31/07/2011. Émissions de CO₂ à partir de 190 g/km (boîte de vitesse mécanique CDI 2.0), consommation à partir de 8,8/6,4/7,2 aux 100 km. Mercedes-Benz - Marques déposées de Daimler A.G. Stuttgart, République Fédérale d'Allemagne. Mercedes-Benz France. Société par Actions Simplifiée. SIREN 622 044 287 R.C.S. Versailles. Siège social : Parc de Rocquencourt - 78150 Rocquencourt.



Mercedes-Benz

Best Western renouvelle son parc parisien

À la recherche de nouveaux adhérents, la chaîne d'indépendants a organisé un rendez-vous, les 28 et 29 mars, au Best Western Premier Opéra Diamond (4 étoiles) et au Best Western Les Théâtres (3 étoiles).

Evelyne de Bast

Pour compenser le départ de la chaîne de 18 établissements parisiens en 2010, Best Western cherche de nouveaux adhérents. Pour cela, la marque a organisé deux rendez-vous dans deux établissements aux styles et classification différents. Un choix délibéré : "Nous avons volontairement voulu présenter deux produits différents, l'un de facture classique, re-

présentant parfaitement la marque, dans un style 3 étoiles, l'autre, à l'architecture et au design plus élaborés, avec un parti pris d'harmonie esthétique", déclare Sabrina Bernard, la directrice du développement de Best Western.

Best Western ne s'attendait pas à signer des contrats d'adhésion sur le champ "mais faire la démarche de se rendre dans un hôtel est déjà en soi un signe", se réjouit Élise Geeraert, chargée de développement. Et les arguments pour séduire les hôteliers ne manquent pas : "Nous avons réalisé 44 M€ de chiffre d'affaires sur la centrale de réservations en 2010, dont plus de la moitié avec les hôtels parisiens", s'enthousiasme Sabrina Bernard. Le système de fidélité mis en place



par le réseau est aussi un argument de poids : en 2010, 38 M€ ont été dépensés par les détenteurs d'une carte de fidélité dans les hôtels français. Ces arguments ont déjà fait mouche.

Depuis le début de l'année, six hôtels parisiens ont déjà rejoint Best Western et le service du développement espère atteindre les douze hôtels à la fin 2011. "Notre réseau s'est largement développé en France et nous sommes très fiers d'avoir dépassé le parc de la marque Novotel en nombre de chambres", souligne Sabrina Bernard. Les nouveaux adhérents parisiens disposent tous d'hôtels rénovés, ce qui rafraîchit le parc dans son ensemble. Enfin, sa répartition est mieux équilibrée, avec 7 % des hôtels situés dans Paris intra muros, 29 % en région parisienne et 64 % en province.

Book Inn ouvre deux établissements à Perpignan

Début mai, deux établissements, l'un sous enseigne Comfort, et l'autre, Qualité, ajouteront une offre de 101 chambres en 3 et 4 étoiles au cœur de Perpignan.

É. de B.

Après avoir été repoussée à plusieurs reprises, le Comfort (46 chambres en 3 étoiles) et le Qualité (55 chambres en 4 étoiles) de Perpignan devraient ouvrir leurs portes début mai. Pour Céline Febvre, la directrice des deux établissements, gérés par Book Inn France et franchisés du réseau Choice Hotels, c'est la fin d'une longue attente. Les murs des hôtels appartiennent au

centre commercial Metrovasesa. Book Inn France, propriétaire du fonds, dispose d'un parc de 20 hôtels à Paris. Les 101 chambres de Perpignan lui permettent de se développer en province. Le groupe Choice assure la commercialisation des deux établissements. La maîtrise d'œuvre et la décoration intérieure ont été confiées à Alexandre Dahan, qui a décliné une déco contrastée en noir et blanc ultra tendance. Au cœur d'un centre commercial

comprenant 55 enseignes, les deux établissements devraient ravir les vacanciers. "Nous pensons attirer une clientèle mixte, explique Céline Febvre, entre affaires et tourisme, mais le plus souvent sur du court séjour, en transit vers les plages ou pour des week-ends culturels."

WWW.BOOKINNFRANCE.COM

COMFORT ET QUALITY CENTRE DEL MON

35 BD SAINT-ASSISCLE

66000 PERPIGNAN

TÉL. : 01 44 70 81 13

CENTREDELMON@BOOK-INN-FRANCE.COM

Vous êtes une référence dans votre métier, choisissez le logiciel qui VOUS ressemble.

- ✓ Une facture mensuelle minimum de : 0€.
Vous ne payez que lorsque vous l'utilisez.
- ✓ Assistance, mises à jour et intégralité des modules inclus dans le prix : hôtel, restaurant, bar, cave, terminaux points de vente & back-office.

www.chroffice.com
Contactez-nous au 01 83 62 03 35



CONÇU PAR DES
HÔTELIERS-RESTAURATEURS
ET DES EXPERTS COMPTABLES

 ChrOffice
Le logiciel sur mesure

Au 41^e congrès de la CPIH, l'appel à l'union

Tourcoing (59) Gérard Guy appelle les représentants des organisations professionnelles à unir leurs voix pour défendre les dossiers en commun.

Pascale Carbillet

Parmi les temps forts du congrès de la CPIH à Tourcoing, il y eut la table ronde 'La formation de nos jeunes', avec **Régis Marcon**, **Lorenzo Dri** pour le Fafih, ainsi que **Claude Izard** et **Robert Touchet** de la CPIH. Si les métiers de la cuisine attirent davantage de jeunes, il devient de plus en plus difficile de recruter du côté des métiers de salle. Sans oublier des taux de rupture de contrat, qui peuvent dépasser 20 % dans certains départements. Principale cause de cet échec : "On ne se rencontre pas assez entre les différents intervenants de la formation", déplore Régis Marcon. D'où la création d'un comité de pilotage composé des 10 organisations professionnelles - représentant toutes les formes de restauration - et de trois groupes de travail. Parmi les pistes retenues : créer un 'passeport' pour le jeune, rendre la formation des tuteurs obligatoire, proposer au jeune arrivant dans l'entreprise un plan de formation afin qu'il ait plus de visibilité sur sa progression. Robert Touchet, président des restaurateurs de la CPIH, cite l'exemple de la charte de confiance mise en place dans les Pays-de-la-Loire qui définit les règles et devoirs de chacun, entreprises comme apprentis.



Gérard Guy, président confédéral de la CPIH, en appelle à l'unité de la profession.

Roland Croisé, président des cafetiers, suggère également de rédiger un livre blanc. Il déplore une politique de lutte contre l'alcoolisme se faisant contre les débits de boissons, en dépit de ce constat : au plan national, la consommation d'alcool ne représente plus que 14 % de l'activité de ces établissements. Le groupement des restaurateurs, avec à sa tête Robert Touchet, souhaite lui que l'obligation de formation en matière d'hygiène alimentaire soit applicable à tous les établissements proposant des produits alimentaires, et non pas uniquement aux restaurateurs. Le permis de restaurer, visant à rendre obligatoire une

formation pour tous les non-professionnels souhaitant ouvrir un restaurant, vient d'être réactivé par le député des Pyrénées-Orientales **Fernand Siré**. Quant au groupement des discothèques, il revendique l'établissement d'un avenant à la convention collective des CHR prenant en compte les particularités des discothèques. Dans son discours de clôture, le président confédéral de la CPIH, **Gérard Guy**, a salué la présence de **Roland Héguay**, président de l'Umih, de **Claude Daumas**, président de la Fagih, et **Didier Chenet**, président du Synhorcat. L'occasion de préciser que le rapprochement de la CPIH avec l'Umih et sa présence au directoire du syndicat de la rue d'Anjou, ne se font nullement dans un objectif de fusion mais bien d'union. Un impératif pour voir aboutir les revendications de la profession auprès des pouvoirs publics. ■

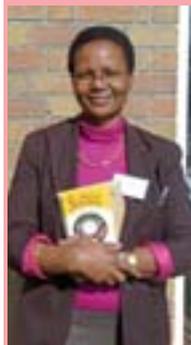
Livres blancs

Vient ensuite la présentation des rapports des présidents de branche. **Michel Lesec**, président des hôteliers, préconise de réaliser un livre blanc sur les problèmes du classement hôtelier. En effet, moins de 50 % des hôteliers indépendants sont motivés pour rallier ces nouvelles normes. Pour les normes incendie, il est proposé que les établissements qui ne seront pas à jour de leurs obligations à la date butoir du 4 août 2011 puissent établir un plan de travaux à réaliser avec des échéances allant jusqu'en 2015, date de la mise aux normes d'accessibilité.

LES ANTILLES AU CONGRÈS DE LA CPIH

Mady Merine-Ericher, présidente des restaurateurs et traiteurs de la Martinique et de la CPIH Antilles/Guyane, était à Tourcoing. Micro.

Propos recueillis par Sylvie Soubes



Mady Merine-Ericher.

"Notre production locale souffre depuis le passage du cyclone Dean en 2007. La crise internationale a accentué le phénomène. L'hôtellerie et la restauration vont mal alors que nous avons une offre agréable. L'indépendant a préservé la meilleure qualité possible. Nous avons des clients fidèles, qui reviennent depuis dix ou quinze ans. Nous avons mis en place le permis d'exploitation et nous tournons à 250 stagiaires par an depuis 2009. Les Guyanais viennent le passer en Martinique. L'appui de la CPIH est d'autant plus important qu'il nous permet de nous inscrire dans une dynamique positive. Nous avons eu aussi, grâce à la Confédération, une baisse de la TVA chez nous. Aujourd'hui, nous travaillons beaucoup sur la formation.

L'hygiène, le droit social... Et notre travail est reconnu par les services vétérinaires qui nous demandent conseil sur certains sujets. Nous avons beaucoup de projets avec la CPIH en métropole."

Nouveau Canon de désinfection à l'Ozone

ALPHATECH

- STOP les mauvaises odeurs
- Aucun consommable
- Faible coût d'utilisation

ALPHATECH - Nous contacter -
Tel: +33(0)4 26 16 22 00 www.alphatech-technologie.com

Le réseau Cafés cultures désormais national

Ce dispositif né en Bretagne il y a deux ans rapproche professionnels du bar et institutionnels autour de la volonté d'ouvrir les petits établissements aux artistes-interprètes.

Sylvie Soubes

La plateforme est composée du collectif Culture bar-bars, du Snam-CGT Union nationale des musicien(ne)s, de l'Umih, de la ville de Nantes (44), des régions Pays-de-la-Loire et Aquitaine, du Pôle de coopération pour les musiques actuelles en Pays-de-la-Loire, du Réseau musiques actuelles Aquitaine, du ministère de la Culture (direction générale de la création artistique), du ministère de l'Intérieur et elle vient d'être rejointe par la CPIH (Confédération des professionnels indépendants de l'hôtellerie). Depuis le 29 mars, le mouvement est officiellement national. Il s'adresse aux très petites entreprises, détenant une licence de débits de boissons à consommer sur place (I à IV et/ou licence restaurant) et qui construisent une offre artistique. "L'activité principale des Cafés cultures est donc le débit de boissons et non pas l'organisation de spectacles. Ils ont néanmoins une activité régulière de spectacle relevant de la licence d'entrepreneur de spectacles (licence 1). Le classement ERP de ces établissements est : type N de V^e catégorie (CHR N-V)", précise le collectif. Face à eux, une réglementation contraignante, voire inadaptée. Et pourtant, un potentiel réel en termes d'emploi. Le bistrot est un lieu ouvert permettant aux artistes-interprètes de vivre de

leur travail. C'est l'axe retenu par cette boîte à outils : mise en place d'un fonds d'aide à l'emploi artistique financé par les collectivités et des fonds privés, protocole des bonnes pratiques, diffusion organisée des artistes amateurs, rédaction d'une circulaire interministérielle, concertations locales...

On parle aussi formation. "Un plan sécurité des spectacles a été proposé par l'Umih et Umih Formation au ministère de la Culture pour élaborer un module spécifique. L'objectif étant d'acquérir une bonne maîtrise de la sécurité des spectacles, adaptée à la nature du lieu, et de permettre aux débitants de boissons d'avoir une meilleure connaissance des normes législatives, réglementaires et jurisprudentielles", note **Laurent Lutse**, président de la Fédération nationale des cafés brasseries et monde de la nuit. ■

CONTACT @LEPOLE.ASSO.FR

EN BREF

Livre vert sur l'avenir de la TVA : prenez la parole

En décembre 2010, la Commission européenne a présenté son Livre vert sur l'avenir de la TVA - vers un système de TVA plus simple, plus robuste et plus efficace. Parallèlement, elle a lancé une consultation publique jusqu'au 31 mai 2011 sur la manière d'améliorer et de renforcer le système de taxe sur la valeur ajoutée (TVA). La commission invite particuliers, entreprises, organisations professionnelles et autorités publiques à apporter leurs contributions aux questions soulevées dans ce livre vert. Parmi les thèmes abordés : le traitement des opérations transfrontalières, le degré d'harmonisation requis entre TVA nationales... Chaque thème donne lieu à une ou plusieurs questions. Le numéro 20, par exemple, propose de choisir entre la suppression des taux réduits ou l'instauration d'une liste très courte pour permettre aux États membres d'instaurer un taux normal plus bas.

http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/consultations/tax/2010_11_future_vat_fr.htm

Le patrimoine culturel immatériel de l'Unesco au cœur de l'AG de l'Umih 21

L'assemblée générale de l'Umih Côte-d'Or, qui se tiendra le 11 avril au conseil régional de Bourgogne, à Dijon, met l'accent cette année sur deux grands événements. Tout d'abord, l'inscription de la cuisine française au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco. Pour en parler, **Dominique Loiseau**. Ensuite, autre reconnaissance au programme : celle des Climats du vignoble de Bourgogne au patrimoine mondial, qui sera détaillée par **Benoît de Charrette**, président de la CCI Bourgogne. La réunion, conduite par le président départemental **Patrick Jacquier**, accueillera également **François Patriat**, président du conseil régional de Bourgogne et **Roland Héguy**, président confédéral de l'Umih.

AG Umih Côte d'Or, lundi 11 avril, salle des Séances, conseil régional de Bourgogne, 17 boulevard de La Trémoille, à Dijon. Démarrage à 15 heures.

FRITEUSES SANS HUILE CHARIOTS SNACKING



Créez ou augmentez votre activité avec un budget restreint grâce aux :

- Chariots ambulants multi-activités :** Friterie, bar à pâtes, à jus...
- Friteuses sans huile :** cuisent à toute heure en quelques minutes, sans préchauffage et sans hotte
- Cuiseurs à pâtes**
- Presses-oranges automatiques**

Primé par le Syndicat de la Restauration

Profitez du 4 fois sans frais !

Depuis 15 ans à votre service ...

Contactez **La Maison Du Concept Snacking**
Tél. 01 64 94 56 40 Fax. 01 64 94 56 60

Parenthèses *Gourmandes*

par Sébastien Faré

Pour soutenir cet événement, Elle & Vire Professionnel organise un grand jeu
pour **GAGNER 40 STAGES DESSERTS**
avec Sébastien Faré, Expert culinaire Elle & Vire Professionnel.



Du 1^{er} avril au 30 juin 2011, participez en répondant correctement à 4 questions sur
WWW.ELLETVIRE-PRO.COM



Jeu gratuit, sans obligation d'achat, du 01/04/2011 au 30/06/2011. Le règlement complet est visible sur le site www.elleetvire-pro.com
et déposé auprès de la Société Civile Professionnelle d'Huissiers de Justice Associés J-L HAUGUEL & S. SCHAMBOURG
14, rue du faubourg Saint-Honoré - 75008 PARIS.

Elle & Vire
PROFESSIONNEL

Concours Malongo 2011 du Jeune Professionnel pour Marseille

Nice (06) C'est au lycée Paul Augier que s'est tenue la 17^e édition du trophée, remporté cette année par Aurélie Pezet. **Sy. S.**

Ils étaient 25 candidats à participer, mercredi 30 mars, au premier tour de la finale 2011 du concours du Jeune Professionnel du café. Parmi les obstacles à franchir au cours de l'après-midi, la dégustation de trois cafés filtres, dont deux se ressemblent 'terriblement'. **Laure Lesznewski**, du lycée parisien Albert de Mun, ne le sait pas encore à ce stade, bien sûr, mais c'est elle qui, le lendemain, décrochera le titre de Meilleur nez et dégustatrice.

Jeudi 31 mars, après une visite détendue de l'usine de torréfaction Malongo de Carros (06), les choses sérieuses reprennent. Plusieurs nouveautés dans l'organisation : la suite du challenge se déroule sous les yeux du public. Quant aux jeunes, ils doivent réaliser un cappuccino dans les règles de l'art et concocter un cocktail à base de café et de produits Grand-Marnier de leur composition. La plus jeunes des participantes, **Élodie Palos-François**, du haut de ses 16 ans, va montrer une étonnante créativité avec son Malongo d'Élodie à base de Grand-Marnier, cognac, liqueur de mandarine, sirop de vanille, crème fraîche liquide agrémentée d'un zeste d'orange. D'autres "jolies combinaisons avec les sirops" se succèdent, note avec admiration un membre de l'équipe Malongo.

Face à la machine à expressos

Le niveau est en effet impressionnant de professionnalisme naissant, de connaissances déjà acquises, de curiosité bienve-

L'équipe marseillaise saluée par **Jean-Pierre Blanc**, micro en main. Au centre de la photo **Agnès Vaffier**, à droite **Henri Di Nola**.



Aurélie Pezet, Jean-Pierre Blanc et Eric Pellat.

nue. Pas facile d'être à l'aise quand un juré se tient derrière vous et vérifie, feuille de notation en main, vos faits et gestes. Face à la machine à expressos, les compétences se bousculent dans les têtes : mise en place, débarrassage, ne pas oublier de nettoyer le porte-filtre et de purger le bec vapeur après avoir vaporisé la mousse de lait. L'épaisseur de la mousse doit être d'au moins un centimètre et tenir... Et puis, il faut servir deux tasses sans les renverser... Cette édition était aussi marquée par la présence de nombreuses personnalités de l'Éducation nationale et la présentation de la publication du dossier pédagogique 'Le Monde des cafés', cosigné par le Centre d'études et de ressources pour les professeurs de l'enseignement technique (Cerpet), le torréfac-



Chefs, faites participer vos jeunes apprentis* au « Challenge Foie Gras 2011 »

des Jeunes Créateurs Culinaires.**



Parce que grâce à vous, ils vont progresser...

Parce que s'ils remportent l'un des 6 Prix...
... Votre Établissement sera à l'honneur,

les résultats depuis 2007, en attestent !

Le concours, cette année, est sur le thème de la terrine.

*De 14 à 25 ans - **Règlement du Concours téléchargeable sur www.adocom.fr

Bulletin à retourner par le participant avant juin

Par fax : 01.43.55.35.08,
Par courriel : adocom@adocom.fr
Ou par courrier à Adocom :
11, rue du Chemin Vert 75011 Paris

Nom.....
Prénom.....
Adresse.....
Téléphone.....
Au Restaurant.....
à.....



lhotellerie-restauration.fr

du café : doublé gagnant

teur et l'académie de Versailles. **Michelle Martin** du Cerpet, **Denis Herrero** (qui participe à la mission formation de **Régis Marcon**), l'inspecteur général de l'Éducation nationale **Richard Maniak** ou encore **Agnès Vaffier**, présidente de l'Aflyth. Celle-ci est aussi proviseur du lycée hôtelier de Marseille... Trois élèves marseillais sont encore en lice. À leurs côtés, leur professeur, **Henri Di Nola**, président de l'association des professeurs de bar (Apeb). En fin de journée, l'ultime épreuve, conduite par **Jean-Pierre Blanc**, directeur général des Cafés Malongo, est une mise en situation. Une table de restaurant, 6 convives, sa carte des cafés à présenter, à argumenter, à expliquer. Huit garçons et filles demeurent en compétition. Sur le podium, après beaucoup d'émotion et de persuasion dans leur approche : **Aurélie Pezet**, grande gagnante 2011, qui remporte au passage le 1^{er} prix des cocktails. Marseille est à l'honneur. Et doublement : sur la deuxième marche, la capitale phocéenne brille encore grâce à **Eric Pellat**. Le bronze revient à **Nathanaël Haury**, d'Illkirch-Graffenstaden (67). ■

LES FINALISTES ET LE JURY

BTS :

- **Laure Lesznewski** (Albert de Mun, Paris, VII^e) ;
- **Nathanaël Haury** (Alexandre Dumas, Illkirch-Graffenstaden, 67) ;
- **Mathilde Jarry** (La Francophonie, La Rochelle, 17) ;
- **Nicolas Menez** (Dinard, 35) ;
- **Célia Picoulet** (Occitanie, Toulouse, 31) ;
- **Aurélie Pezet** (Marseille, 13) ;
- **Clément Gaudrée** (Bellerive, Vienne, 38) ;
- **Kévin Bourgeois** (Chateaufort, Argenton-sur-Creuse, 36).

Bac :

- **Clément Jaminet** (Albert de Mun, Paris VII^e) ;
- **Alexis Ertel** (Ile de Flandre, Armentières, 59) ;
- **Eva Puppi** (La Francophonie, La Rochelle, 17) ;
- **Arnaud Gaudillat** (Marseille, 13) ;
- **Élodie Palos-François** (Jean Drouant, Paris, XVII^e).

CAP/BEP :

- **Eric Pellat** (Marseille, 13).

Jury de l'épreuve finale 2011 :

- **Olivier Antonioli** (Louis XV Monaco) ;
- **David Biraud** (Shangri-La, Paris) ;
- **Michèle Martin** (Cerpet) ;
- **Philippe Ripad** (Institut Paul Bocuse) ;
- **Jean-Pierre Roux** (Slow Food) ;
- **Sylvie Soubes** (Journal L'Hôtellerie Restauration) ;
- **Jean-Michel Trohay** (Présidence de la République)

On n'est pas tous égaux face à la retraite

Mais on peut très bien assurer son avenir... **À son rythme.**



LNDB - © J. Rouxel - aab - 2011

MÉDICIS RETRAITE MADELIN

Bénéficier d'une vraie retraite lorsqu'on est indépendant n'est plus une utopie. Avec **Médicis retraite Madelin**, profitez d'une épargne retraite sur-mesure.

Chaque année, vous pouvez modifier le montant de vos versements en fonction de votre trésorerie et déduire vos cotisations de vos revenus professionnels. Avec un taux de rendement retraite moyen à la liquidation de 9,59%*, vous vous assurez une retraite performante.

De plus, une prime à la fidélité couvrant vos dix meilleures années de cotisation est comprise dans le contrat.

Avec MÉDICIS RETRAITE MADELIN, préparez votre avenir à votre rythme. Il n'est jamais trop tard pour y songer !

*taux technique calculé sur la moyenne des 2 330 retraites Médicis liquidées en 2010 exprimant le rapport entre la rente perçue et les sommes investies durant la phase d'épargne pour la constituer.

N° Vert 0 800 240 240

appel gratuit depuis un poste fixe

www.mutuelle-medicis.com

médicis
votre mutuelle retraite

VOTRE INDÉPENDANCE A UN BEL AVENIR

Mutuelle des Entreprises et des Indépendants du Commerce, de l'Industrie et des Services - 18 rue de l'Amiral Hamelin 75780 Paris Cedex 16 - infos@mutuelle-medicis.com - Mutuelle adhérente à la FNMF et soumise aux dispositions du Livre II du code de la Mutualité - N° Registre National des Mutuelles : 315 062 687

La confiance retrouvée redynamise les investissements hôteliers européens

D'après une étude BNP Paribas Real Estate, les investissements sont repartis en 2010 avec un volume de transactions de 6,6 milliards d'euros. Ils devraient continuer sur leur lancée en 2011, en raison de trois facteurs : les nouvelles stratégies 'asset light' des opérateurs, la stabilisation des prix de vente et les meilleures performances des hôtels.

Évelyne de Bast

Pour BNP Paribas Real Estate, dans une note conjoncturelle publiée en mars, l'évolution du tourisme en 2010 s'est inscrite dans un contexte de reprise modérée de la croissance en Europe. Après une baisse de 4 % des arrivées internationales en 2009, celles-ci sont bien reparties en 2010 (+ 7 %). Certains pays connaissent un redémarrage plus rapide que d'autres, à l'instar de l'Allemagne (11 %, soit davantage qu'en 2008), alors que la France (+ 3 %) et l'Espagne (+ 1 %) n'ont pas compensé les baisses importantes de 2009. D'après les experts de BNP Paribas Real Estate, la croissance des arrivées de touristes en Europe devrait se poursuivre pendant la première moitié de 2011 avant de ralentir au second semestre.

Enfin, la confiance retrouvée a permis de relancer les investissements dans l'hôtellerie. Un volume de 6,6 milliards d'euros de transactions a été enregistré en 2010 pour les 5 marchés européens majeurs (France, Grande-Bretagne, Espagne, Italie, Allemagne), soit 106 % de plus qu'en 2009 et même 26 % de plus qu'en 2008. Parmi les pays les plus performants, la France, avec 1,9 milliard d'euros - presque le triple du volume enregistré en 2009 -, rattrape progressivement son niveau de 2007, tout comme l'Allemagne. Les opérateurs hôteliers qui poursuivent leur politique d'asset light - en revendant les murs des hôtels à des fonds ou à des investisseurs institutionnels - accélèrent le mouvement. Ce type de transaction a représenté 26 % du total des ventes en 2010 contre 17 % en 2009 dans les cinq pays analysés. Autre signe encourageant, le marché s'est assaini : les vendeurs sont devenus plus réalistes, tandis que les acheteurs peuvent avoir plus facilement accès au crédit pour financer leurs investissements.

Principales performances des quatre pays principaux hors France :

Espagne : Dans les hôtels, l'activité est repartie à la hausse. Après une baisse de 21 % de RevPAR entre 2008 et 2009, les TO sur l'année ont augmenté de 4,7 points et les RevPAR de 7 %. Le volume des transactions est encore en retrait de 23 % par rapport à 2009, et demeure focalisé sur des agglomérations comme Madrid et Barcelone (70 % du total des investissements).

Italie : La péninsule a connu une année 2010 contrastée avec

Les transactions de BNP Paribas Real Estate en 2010

	Taux d'occupation	Évolution	Prix moyen	Évolution	RevPAR	Évolution	Arrivées (M)*	Évolution	Invest. (M€)	Évolution
France	65,2 %	2,5 %	82,1 €	3,8 %	53,5 €	6,4 %	79,1	3 %	1 871	189,8 %
Espagne	60,7 %	8,4 %	72,3 €	-1,8 %	43,9 €	6,5 %	53	1,4 %	487	-22,6 %
Italie	59,6 %	5,3 %	107 €	-3,2 %	63,8 €	2 %	43,2	0,4 %	294	-25,7 %
Grande-Bretagne	73,6 %	4,8 %	84,5 €	3,3 %	62,2 €	8,3 %	27,9	-1,1 %	3 161	185,2 %
Allemagne	63,6 %	6,4 %	83,8 €	13,1 %	53,3 €	20,3 %	26,9	11,2 %	837	87,6 %

* premières estimations

Volume global des transactions du pôle transaction hôtel de BNP Paribas Real Estate : 75M€ soit 856 chambres.

- Cession des murs du Mercure Porte de Versailles : 388 chambres
- VEFA Hôtel B&B Grenoble : 129 chambres
- Cession des murs du Grand Bleu à Port-Barcarès : 89 chambres
- Cession des murs et fonds de commerce Best Western Celta Opéra : 50 chambres
- Cession du Media Garden Sophia Antipolis : 100 chambres

Sources : OMG, MKG, Hospitality, BNP Real Estate

une bonne fréquentation touristique sur les six premiers mois puis une chute de 16 % des voyages d'affaires au cours du second semestre. Les performances hôtelières connaissent une hausse en 2010 de 2 % du RevPAR, essentiellement dans l'hôtellerie économique. Certaines villes comme Turin ont redressé la barre avec une hausse de 19 % des arrivées en 2010. Le volume d'investissements enregistré en 2010 atteint 294 M€ soit tout de même 26 % de plus qu'en 2009.

Le Royaume-Uni : En 2010, sous l'effet conjugué de la hausse de 2 points du taux d'occupation et de 3 % du prix moyen, les RevPAR gagnent 8 % par rapport à 2009. Les hôtels haut de gamme sont les grands gagnants (+ 11 % de RevPAR). Les investissements ont connu une accélération sans précédent au cours du second semestre 2010. Les investisseurs étrangers, attirés par des biens immobiliers de très haut niveau, n'hésitent pas à battre des records : le Grosvenor House a été vendu 547 M€, le Cumberland pour 250 M€ et le Méridien Piccadilly pour 275 M€.

L'Allemagne : destination préférée des congressistes en Europe, l'Allemagne, avec 458 congrès internationaux, se place loin devant l'Espagne (360), l'Italie (350), le Royaume-Uni (345) et la France (341). Après avoir enregistré une baisse du RevPAR de 13 % en 2009, les hôtels ont rétabli leur activité en enregistrant une hausse de 20 % comparée à 2009. Avec l'impact du tourisme culturel - la Ruhr étant devenue capitale européenne de la culture en 2010 -, les hausses ont été à deux chiffres. L'investissement hôtelier s'élève à 838 M€, une augmentation spectaculaire de 88 % comparée à 2009, avec notamment la vente de portefeuilles d'hôtels représentant 60 % du nombre total de transactions en 2010. ■



LES ATELIERS CORPORATE photo : Tiffrenou

**Et si vous changiez de fournisseur de gaz ?
Faites le choix de l'économie.**

Ne vous trompez pas, changez sans prendre de risques

Que vous soyez maire de votre commune, artisan, commerçant ou industriel, le choix de votre fournisseur de gaz est essentiel pour votre activité. Choisir Antargaz, professionnel reconnu du gaz depuis plus de 70 ans, c'est facile et sans risque. Antargaz a mis au point des offres réservées aux professionnels et aux collectivités locales, qui permettent d'économiser jusqu'à 10% sur votre tarif réglementé du gaz. Alors, au moment d'élire votre prochain fournisseur de gaz, faites le choix naturel, choisissez Antargaz.

> **www.antargaznaturel.fr**

> **0 805 509 509** (appel gratuit depuis un poste fixe)

Antargaz. 70 ans d'expertise dans le gaz



antargaz
Le choix naturel

L'ÉNERGIE EST NOTRE AVENIR, ÉCONOMISONS-LA

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

Courrier des lecteurs & Blogs des Experts de Pascale Carbillet

Comment bien rédiger sa carte des vins ?

Comment faire une carte des vins ? Faut-il différencier la région, le cépage, le nom, le millésime... ?

V. H.

Pour rédiger correctement votre carte des vins et que celle-ci soit attractive mais surtout ne vous conduise pas à être en infraction avec la législation, je vous conseille de consulter le Blog des Experts de **Paul Brunet** 'Vins au restaurant' sur www.lhotellerie-restauration.fr, et plus particulièrement le chapitre sur la commercialisation, où vous trouverez non seulement toute la réglementation applicable, mais aussi des conseils utiles concernant la présentation de la carte et sa rédaction.

Une carte des vins se doit d'être bien rédigée : cela permet une meilleure commercialisation des produits tout en informant clairement le consommateur. Les indications obligatoires à faire figurer



Une carte des vins classée par prix.

sur la carte sont :

- la dénomination exacte sous laquelle le vin est vendu. Pour éviter les erreurs, reportez-vous aux mentions indiquées sur les étiquettes. Il faut impérativement

séparer les vins qui bénéficient d'une appellation des vins de table et des vins de pays (nota : les vins de pays sont des vins de table, même s'ils bénéficient d'une indication de provenance) ;

- la contenance : bouteille, magnum, demi-bouteille... ;
- les prix net ou service compris ;
- l'indication du cru.

En outre, le restaurateur peut donner d'autres informa-

tions qui, bien que facultatives, sont malgré tout fort appréciées de la clientèle, à savoir :

- la mise en bouteilles au château ou au domaine, si c'est le cas ;
- l'indication du millésime.

Attention ! dans la mesure où vous mentionnez le millésime sur votre carte, vous êtes tenu de vendre la bouteille de l'année indiquée et de ne pas la remplacer par une bouteille d'une autre année, même en cas de rupture de stock.

Paul Brunet rappelle sur son blog les erreurs les plus fréquentes à éviter lors de la rédaction de la carte des vins, erreurs qui peuvent amener à être verbalisé par les services de la répression des fraudes. Il faut prendre garde à :

- ne pas faire figurer dans la liste des vins ayant une appellation ceux qui n'en ont pas ;
- faire figurer les vins sous leur appellation exacte. Dans le cas de vin vendu sous une marque déposée comme Mouton-Cadet par exemple, cette indication ne suffit pas, il faut en outre préciser l'appellation : bordeaux, graves ou médoc ;
- ne pas confondre le domicile du vendeur et l'appellation. Pour cela, il faut reprendre le nom qui se trouve intercalé entre les mentions 'appellation' et 'contrôlée', comme, par exemple, 'appellation bordeaux supérieur contrôlée' ;
- classer les vins de table à part, et pour ceux-ci, ne pas oublier de mentionner le titre alcoométrique volumique exprimé en % (par exemple, la cuvée du patron 12,5 % vol).

Créez et traduisez vos cartes & menus
 en quelques minutes avec

MdM
 MULTIMEDIA

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 fonctionnalités spécifiques à la création de cartes et menus
- Plus de 1000 ressources (images, cadres, modèles...) vous permettant d'agencer 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

MdM multimedia
 Parc technologique d'Anglet
 64 avenue de la Paix
 64100 Bayonne Cedex
 mdb@mdb-multimedia.fr

MdM multimedia
 Espace City
 11 rue Mozart
 33071 Bordeaux Cedex
 mdb@mdb-multimedia.fr

MdM multimedia
 Les Allées François Mitterrand
 31000 Toulouse Cedex
 mdb@mdb-multimedia.fr

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

Millefeuille vertical aux fraises des bois, crème à l'ancienne vanillée

Une recette imaginée avec la Crème Excellence

Connectez-vous sur elleetvire-pro.com pour télécharger vos fiches recettes.



Au piano ou en salle, dans l'encadrement hôtelier ou dans la sommellerie, elles font bouger les lignes d'un secteur qui séloigne à grands pas des stéréotypes machistes. Dans cette série de portraits, L'Hôtellerie Restauration a voulu mieux connaître ces personnalités féminines qui changent la donne.



Ce mois-ci, Caroline Rostang

Caroline Rostang, esprit de famille, esprit d'équipe

Présente à tous les postes, la restauratrice met sa vision transversale au service des établissements Rostang.

Caroline Mignot

Même si on lui demande de parler en son nom, le 'on' finit toujours par reprendre le dessus. 'On', c'est elle, ses parents, sa sœur **Sophie** et ses équipes. Impossible de disso-

cier le travail de **Caroline Rostang** du reste de la famille et de ses collaborateurs. Tous font partie de sa vie professionnelle et l'on comprend vite que c'est ce qui fait sa force. Quelques informations plus 'personnelles' finissent quand même par percer. Issue d'une sixième génération de restaurateurs, **Caroline Rostang** grandit naturellement dans l'univers de la cuisine. La jeune femme fait ses études à l'École hôtelière de Lausanne et part ensuite au Four Seasons Hotel de New York occuper différents postes durant un an. **Michel** et **Marie-Claude Rostang** l'ont toujours encouragée à prendre elle-même ses décisions, quitte à faire des erreurs et à trébucher. Pas grave, c'est le meilleur moyen de savoir où elle veut aller. De retour en France, elle travaille aux côtés de son père. 'Fille à papa' et femme dans la restauration, elle reconnaît que ça fait beaucoup pour commencer. Le seul moyen de se distinguer est de travailler dur.

Boostée par l'énergie familiale, mais consciente du charisme et du talent de son père, elle construit sa propre carrière, dans son ombre ou pas. Père et fille ne rentrent



Caroline Rostang.

jamais dans le conflit, suivant le credo familial : bonne humeur et respect du travail de l'autre. Pour Caroline Rostang, l'important c'est de faire ses preuves et de comprendre comment l'entreprise fonctionne. Elle passe donc par tous les services et par différents établissements. Jusqu'à ce qu'elle s'investisse un peu plus dans Le Bistrot Côté mer (Paris, V^e) où elle envisage des transformations. Il y a cinq ans, elle reprend le bistrot L'Absinthe (Paris I^{er}), met sa patte dans la cuisine, qui reste française mais avec un esprit 'retour de voyage' : le crabe, découvert aux États-Unis, les herbes d'Asie, le vinaigre de riz qui s'imisce dans les maquereaux au vin blanc... Plus tard, elle participe à la reprise de Jarasse à Neuilly-sur-Seine (92) et aux changements du Dessirier (Paris, XVII^e) en août dernier. Elle s'investit également dans l'ouverture de

la French Brasserie à Dubaï en 2008. Impossible de déterminer une journée type dans la vie de Caroline Rostang. Entre les six établissements parisiens, les postes qu'elle peut occuper (à l'accueil, en salle, au passe, en cuisine), on perçoit un œil vigilant sur tous les aspects des restaurants. "Il faut tout faire et se diversifier, c'est cela qui est intéressant, comprendre comment travaillent les équipes, mais aussi comment réagissent les clients".

Une vigilance et une curiosité qu'elle nourrit aussi à travers ses voyages, Caroline Rostang a besoin pour repenser comment se créent les restaurants et les cuisines d'aujourd'hui. Quelques semaines plus tôt, elle était à Montréal où elle rencontrait le chef **Normand Laprise**, "un véritable artiste, un homme et un cuisinier remarquable", ou encore le chef **Martin Picard**, dont elle se souvient du divin 'poutine' à base de frites, de sauce au foie gras et de fromage devenu un peu caoutchouteux à la cuisson, sans parler du 'musher pudding', sorte de kouign-amann au sirop d'érable. Ce dernier pourrait faire bientôt son apparition sur la carte de desserts d'un des établissements Rostang.

Une découverte, un coup de cœur, Caroline Rostang en parle à ses collaborateurs, dont **Yann Lainé**, le chef exécutif des restaurants Rostang ou **Nicolas Beaumann**, arrivé apprenti et aujourd'hui chef du restaurant gastronomique. Chez les Rostang, les chefs rentrent jeunes et restent longtemps, une fidélité qui traduit un esprit d'équipe et la possibilité d'évoluer dans l'entreprise, comme le chef de Jarasse (Neuilly, 92), **Sacko Broulaye**. Ce jeune homme d'origine malienne entré comme plongeur, a gravi tous les échelons. Pour Caroline Rostang, "Thumain, c'est ce qui importe, il faut mettre l'homme au cœur de tout ça." ■

"Bon, beau, dans la bonne humeur"

Tel est le credo des Rostang. Leur histoire s'écrit pour la première fois avec un livre qui montre la filiation entre le chef **Michel Rostang** et ses filles **Caroline** et **Sophie** qui travaillent à ses côtés.

Au total, 60 recettes et des récits de souvenirs et de gourmandise.

Rostang père & filles, Editions Glénat, 39 €

Le temps des fruits rouges avec Crème Excellence



Grâce à sa tenue et son foisonnement idéal, même en siphon, réalisez des recettes originales avec l'arrivée des fruits rouges.



GRAND JEU avec **KitchenAid®**

Jouez sur elleetvire-pro.com

100 KitchenAid® K5 à gagner

Jeu gratuit, sans obligation d'achat, du 01/04/2011 au 30/06/2011. Le règlement complet est visible sur le site www.elleetvire-pro.com et déposé chez Maître Robin Dalmais, Huissier de Justice au 41 rue Paul Chenavard - 69002 Lyon.

Paris (VI^e) C'est rue du cherche-midi que l'acteur Gérard Depardieu a ouvert un second établissement. Le Bien Décidé est avant tout une cave proposant les vins des différents domaines viticoles où l'acteur s'investit.

A. J. A.

Gérard Depardieu est 'Bien décidé' à faire découvrir ses vins

C'est à **Vanessa Bertheau** que fut confiée le 14 octobre dernier l'ouverture de la cave à vin de l'acteur **Gérard Depardieu**. Ayant par le passé travaillé avec lui à la Fontaine Gaillon (Paris, II^e), elle n'hésite pas à se lancer dans l'ouverture de ce nouvel établissement : *"Nous disposons ici d'une trentaine de places, nous avons agrandi au maximum la salle du restaurant afin de conserver la partie cave où sont exposés les vins de M. Depardieu. Nous avons donc opté pour un concept de rôtisserie où la viande est cuite à la broche devant les clients, afin d'optimiser l'espace. Et puis nous sommes avant tout une cave, la vente à emporter fonctionne bien. Nous disposons de l'ensemble des vins auxquels Gérard Depardieu contribue, nous*



Vanessa Bertheau avait déjà travaillé avec Gérard Depardieu à la Fontaine Gaillon, le premier établissement de l'acteur.



Le chef, Baptiste Caen cuisine ses viandes à la rôtisserie avec une surveillance de tous les instants.

Servis' Oeuf Une gamme complète d'œufs idéale pour les professionnels de la Restauration

- Les œufs coquilles**
 - En carton de 90, 180 et 360 œufs
 - Tracabilité à l'œuf
 - D.C.R. 28 jours
- Les œufs liquides**
 - Œufs entiers, blancs et jaunes
 - En 1, 5 et 15 kg
 - D.L.C. 35 jours
- Les œufs durs écalés**
 - En seaux de 75 et 150, et en barquettes de 6 œufs
 - D.L.C. 28 jours
- Les œufs pochés**
 - En carton de 48 alevées individuelles
 - Tracabilité sur chaque œuf
 - D.L.C. 35 jours

Cette gamme bénéficie de la tracabilité EAN 128 avec étiquette détachable et auto-collante.

La Ferme du Pré - 60590 ERAQUY sur EPTI
 Tél : 0033 (0)2 32 27 47 67 - Fax : 0033 (0)2 32 27 47 68
<http://www.fermedupre.fr>

FERME DU PRÉ
LE PLAIN DES ŒUFS

avons par exemple 14 références du château Tigné, aussi bien en blanc, qu'en rosé ou en rouge." *"Nous changeons la carte de la rôtisserie quotidiennement, avec une ou deux entrées, un plat et un ou deux desserts. Nous assurons ainsi une qualité et une fraîcheur maximale des produits à nos clients".* Pour le chef **Baptiste Caen**, le fait de cuisiner la viande à la rôtisserie implique de commencer la cuisson de bonne heure avec une surveillance de tous les instants.

"Les mets accompagnent le vin et non l'inverse"

Avec un ticket moyen de 35 €, la clientèle est hétérogène, mais les gens qui viennent au Bien Décidé sont avant tout des amateurs de vins. *"L'idée de la rôtisserie est venue après celle de la cave, la viande étant ce qui se marie le mieux avec le vin rouge."* De là toute l'originalité du concept : Ce sont les plats qui s'adaptent aux vins et non les vins qui accompagnent le repas. Cette formule originale de restauration séduit en majorité une clientèle de quartier et de touristes. ■

LE BIEN DÉCIDÉ

117 RUE DU CHERCHE-MIDI
 75006 PARIS
 TÉL. : 01 45 48 39 28

Thinking of you

 **Electrolux**

900XP & 700XP



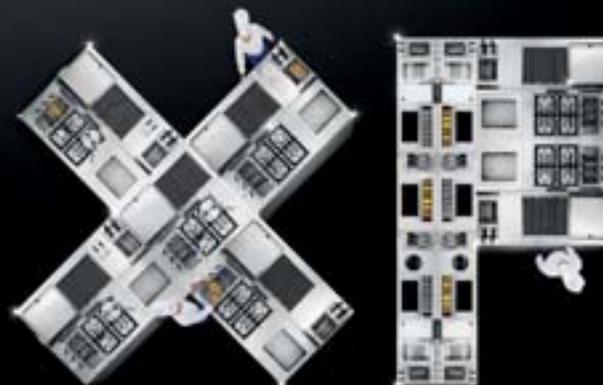
Faites confiance à l'expérience

Electrolux, avec plus de 70 ans d'expérience dans la fabrication de la cuisson modulaire, a donné naissance à la nouvelle gamme 700XP et 900XP. Electrolux est capable d'offrir une puissance extrême, simplicité et durabilité, en tant que leader sur le marché de la production et de l'innovation.

Découvrez la 1^{ère} grillade PowerGrill^{HP} avec chauffage radiant, combinée à un soubassement réfrigéré (utilisation en froid positif ou négatif), le Fry Top^{HP} extra large et le Cuiseur à pâtes avec régulation de puissance et fonction d'économie d'énergie sur www.electrolux.fr/foodservice.

foodservice@electrolux.com

Partagez encore plus notre pensée sur www.electrolux.com



Montpellier (34) À 50 ans, Thierry Alix ne sait toujours pas ce qu'il fera demain. C'est en évitant toute spéculation que le chef trace son chemin. Le parcours d'un professionnel atypique.

FRANCIS MATÉO



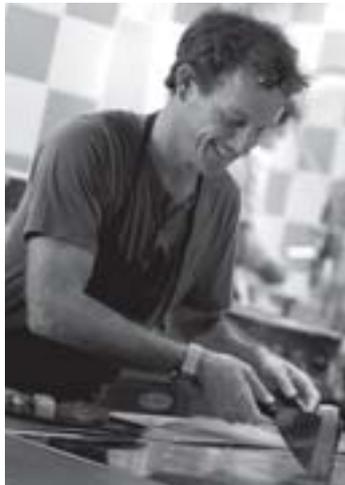
Retrouvez
Thierry Alix
en vidéo sur
[www.lhotellerie-
restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

Thierry Alix en liberté

Ce n'est pas seulement à sa façon d'affronter le taureau que l'on mesure la bravoure d'un torero ; c'est aussi - et surtout - à sa capacité de revenir dans l'arène après avoir subi un coup de corne, une 'cogida'. C'est à la manière d'un torero que **Thierry Alix** affirme aujourd'hui la maîtrise de son art, au quotidien, dans la cuisine ouverte sur la salle du restaurant Le Folia, au Château de Flaugergues de Montpellier. Toujours avec ce mélange de décontraction et de tension, le chef se concentre sur chaque plat, chaque ingrédient. C'est l'instant qui compte dans la cuisine de Thierry Alix, les sensations : "Il faut sentir, toucher, goûter." Appliquant à sa manière le vers de René Char qui suggère le geste qui ne se répète jamais, Thierry Alix revendique une cuisine de l'instinct. Son travail au piano est marqué par un parcours d'autodidacte qui s'est enrichi au fil des voyages. "Dans ma vie, je n'ai jamais été gâté : j'ai toujours fait avec ce que j'avais." Aucun accent de lamentation dans la voix, mais, au contraire, de la fierté, car c'est de cette contrainte qu'est née la liberté de Thierry Alix. C'est en passant d'un resort mexicain de 250 chambres à un hôtel de luxe à Saint-Martin (Antilles) qu'il a acquis cette capacité d'adaptation.

Sur les chemins de traverse

Son arrivée chez **Jacques et Laurent Pourcel**, il y a une dizaine d'années, fut comme un pied de nez à tous les chefs étoilés qui lui ont claqué la porte au début de sa carrière. Thierry Alix trouve rapidement sa place auprès des jumeaux du Jardin des Sens, dont il devient 'l'ambassadeur' en assurant les ouvertures des restaurants de Shanghai, Tokyo, Bangkok... Mais la route est trop large



Thierry Alix : "En cuisine, il faut savoir donner pour recevoir."

et trop droite : Thierry Alix repart sur les chemins de traverse en 2007, jusqu'en Ukraine et en Chine pour son activité de conseil, en passant par les plateaux de télévision de France 2, pour animer l'émission de cuisine 'C trop bon' aux côtés de **Daniela Lumbroso**. Il supervise aussi l'aménagement, l'élaboration de la carte, le recrutement de l'équipe et le lancement du restaurant Folia, pour le compte des propriétaires du château de Flaugergues, à Montpellier. Jusqu'à ce que des promoteurs immobiliers de Sète viennent le chercher, il y a deux ans, avec une enveloppe de 600 000 € en mains pour aménager 300 m² de terrasse extérieure en bord de mer et une cuisine ouverte sur une salle de 200 m², où le chef aura carte blanche. Il se souvient parfaitement aujourd'hui de son état d'esprit au moment de créer ce restaurant, baptisé le YA : "À Sète, j'ai voulu casser les codes, sortir des schémas classiques de la gastronomie française ; je travaillais en T-shirt, je ne mettais pas de nappes sur les tables, je ne voulais pas de maître d'hôtel en cravate, afin de créer un décalage avec la cuisine proposée, comme j'ai toujours aimé la faire." Le contraste s'appuie sur une carte

du marché qui évolue rapidement vers une offre gastronomique intégrant le travail du foie gras, du pigeon, du ris de veau ou du cochon cul noir.

Après quelques mois, Thierry Alix commence à fidéliser sa clientèle. En imposant son style frondeur, le chef se fait une place dans le paysage gastronomique de Sète. Mais la rentabilité n'est pas au rendez-vous, malgré un ticket moyen de 48,50 €. Le YA pâtit d'un emplacement trop excentré, de l'absence de parking, d'une activité trop saisonnière. Pour les partenaires, le retour sur investissement devient de plus en plus hypothétique, d'autant que l'espace surdimensionné du restaurant impose un loyer mensuel de 6 000 €. Les dettes s'accumulent jusqu'à ce que les associés décident la fermeture définitive du YA, en décembre 2010. C'est la 'cogida', le coup de corne inattendu dont Thierry Alix se relève aussitôt en s'installant au piano du Folia. La cicatrice ne laisse pas de trace, même si elle est riche d'enseignements : "En cuisine, il faut savoir donner pour recevoir, donc garder une proximité avec les clients." À l'instar de **Pascal Barbot** ou de **Jean-Luc Rabanel**, Thierry Alix envisage à présent de créer un nouvel établissement plus intimiste, en se limitant à une vingtaine de couverts. La meilleure formule, selon lui, pour donner le meilleur de soi-même, en restant soi-même. ■

LA FOLIA

1744 AVENUE ALBERT EINSTEIN
34 000 MONTPELLIER
TÉL. : 04 99 52 66 35



Retrouvez la recette de Thierry Alix en tapant le code d'accès **RTR 013661** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr



LES LASAGNES C'EST **VOUS**, LE ROUX BLANC PRÊT À L'EMPLOI C'EST **PRÉSIDENT** **PROFESSIONNEL**

NOUVEAU AU
RAYON FRAIS



Roux blanc
avec du beurre

Prêt à l'emploi

Facile à couper

Dilution rapide

Sans huile de palme,
sans gluten



Président Professionnel accompagne les chefs de l'école aux étoiles



www.president-professionnel.fr

Nouveau Monde DDE Nantes-Photo - Créd photo : Thierry Leroy, Mieux 2

Entre professionnels on se comprend

La Madeleine de Proust ou l'art de ne jamais vieillir

Toulouse (31) Jouets et légumes anciens ont fait de Philippe Merle un cuisinier heureux.

Bernard Degioanni

Après plusieurs saisons dans des établissements de luxe, au sortir de l'école hôtelière d'Angoulême (16), **Philippe Merle** souhaitait avoir un restaurant qui ne ressemble pas à... un restaurant. "J'étais parti sur l'idée des saveurs oubliées. Le thème de l'enfance est venu plus tard." Il a alors 30 ans et il sollicite le lycée hôtelier de Savignac qui, dans le cadre d'un module de création d'entreprise, lui propose de lier enfance et légumes anciens. "J'ai adhéré aux proposi-

tions pour le décor et la thématique des menus. La seule hésitation a été le choix entre La Rochelle (17), d'où je suis originaire, et Toulouse pour m'installer", se souvient-il. Le succès a été instantané. "La clientèle a adhéré même si les légumes anciens n'étaient pas à la mode. Aujourd'hui, ils constituent toujours la base de nos plats. Nous servons 15 000 couverts par an", explique-t-il.

Fil conducteur intergénérationnel

Un agriculteur, installé à Moissac, travaille 80 légumes différents tout au long de l'année pour le restaurant. Le décor, immuable depuis l'ouverture en 1999, est constitué de jouets anciens posés sur des étagères ou à côté des tables. "Ils sont là pour que les clients, pas uniquement les enfants, jouent avec. Aucun n'est en vente. Certains sont des dons de collectionneurs."



Philippe Merle (au centre) : l'enfance, fil conducteur entre les générations.

Entouré d'une équipe jeune, Philippe Merle explique le succès du restaurant par le fait que "l'enfance est le fil conducteur entre les générations." ■

LA MADELEINE DE PROUST

11 RUE RIQUET · 31000 TOULOUSE

TÉL. : 05 61 63 80 88

WWW.MADELEINEDEPROUST.COM

Les Jardins de l'Hamadryade, havre de paix et de simplicité

Villeneuve-d'Ascq (59) Avec une carte modernisée mais une ambiance préservée, Kira et Frédéric Mégny ont étanché leur soif de quiétude dans ce cadre à l'ambiance soignée.

Laurène Leuridant

Kira et Frédéric Mégny ont trouvé un point d'ancrage dans un restaurant à la limite entre Villeneuve-d'Ascq et Mons-en-Barœul (59). Leurs années passées à la tête de l'Auberge de Beaumont à Roubaix et à N'ice dans le vieux Lille ont impulsé à ce couple franco-allemand une grande envie de quiétude.

Les nouveaux propriétaires de l'Hamadryade respirent, après quinze années de rythme haletant. L'été dernier, ils découvrent cette bâtisse et profitent de sa vente pour reprendre



l'activité de ce restaurant, porté pendant trente ans par le couple **Pottier**. L'endroit, rouvert en janvier et désormais baptisé Les Jardins de l'Hamadryade n'a pas perdu son identité de restaurant convivial et familial. La carte, modernisée, fonctionne sur la même grille de tarifs, avec des menus à 39 et 49 €. Les fidèles de l'Auberge de l'Hamadryade suivent l'équipe dans un décor repensé. "Je ne veux pas faire de la cuisine cérébrale. La

Kira et Frédéric Mégny abordent avec sérénité leur nouvelle activité à l'Hamadryade.

simplicité, je ne la compliquerai pas", affirme Frédéric Mégny, natif de Roubaix. À la carte, l'Escalope aux maroilles côtoie la Tatin de navets, les noix de Saint-Jacques, le homard ou la côte de veau. Le restaurateur défend les buffets froids en entrée au déjeuner et propose un vendredi soir décontracté durant lequel il fait dorer en personne des carrés de veau et des pavés de saumon au feu de cheminée. L'authenticité, le couple entend l'entretenir au quotidien, mais aussi lors de repas à thèmes. Sans refuser les prestations classiques, ces "saltimbanques de la restauration" expriment leur créativité dans ce lieu doté d'une terrasse et d'un grand jardin. ■

LES JARDINS DE L'HAMADRYADE

26 RUE JULES FERRY

59650 VILLENEUVE D'ASCQ

TÉL. : 03 20 04 89 01

Bilan d'une année riche en surprises avec des chefs internationaux toujours plus investis dans la création, la technique et l'environnement.

CAROLINE MIGNOT

Retour sur les temps forts de l'Omnivore Food Festival 2011

Une année exceptionnelle, dense et fouillée : les professionnels sont unanimes. Sans compter le public, venu nombreux pour assister à l'événement. Installé au centre international de Deauville (14), le festival se partageait entre une scène 'salée', animée par **Sébastien Demorand**, et une scène 'sucrée', animée par **Clotilde Dusoulier**. Au fil des 54 démonstrations, le 'Off 2011' aura démontré chez les chefs une volonté d'innover toujours plus forte, d'explorer de nouveaux territoires culinaires et de tisser des liens forts avec leur environnement en puisant dans les ressources les plus proches... En somme, de marquer l'identité de leur cuisine. Le chef **Alex Atala** de DOM (São Paulo, Brésil) a, par exemple, expliqué combien il était déterminé à retrouver les racines culturelles et culinaires de son pays.

De l'innovation

Pour **Thierry Marx** (chef exécutif du Mandarin Oriental, Paris, I^{er}) la pâtisserie du XXI^e siècle est plus légère, plus goûteuse et moins sucrée. Le créateur du FoodLab explique que la chimie en cuisine - qu'il illustre par l'utilisation des enzymes, de la pectine, du collagène ou des fibres - veut aussi dire un retour au produit. Il s'apprête à publier un livre sur dix années de recherche. Mettant en avant la matière, la sensation et le goût, le chef réalise un dessert inspiré de la tarte au citron à seulement 88 calories. Aucun doute, l'équilibre et le bien-être sont pris en considération dans l'alimentation d'aujourd'hui.

Avec **André Chiang** (André, Singapour), qui a passé près de dix-sept ans en France (Jardin des Sens, Troisgros, L'Astrance...), l'innovation passe par



Sébastien Demorand, Ben Shewry et son second sur la scène du OFF 2011.

la matière, la forme et la présentation. Dressés sur des assiettes que le chef a lui-même conçues, ses plats surprennent. À commencer par son Aubergine confite et gélifiée, crêtes de coq, langues de canard, manioc et chips de salsifis. Mais aussi son plateau d'amuse-bouches : Sachet de thé comestible, Soupe à l'oignon séchée ou Tartare de poisson et caviar végétal. Une performance sur scène et dans l'assiette qui laisse les spectateurs médusés.

Les desserts de **Rosio Sanchez**, de Noma (Copenhague, Danemark), s'inscrivent, dans une cuisine sucrée plus que dans la pâtisserie. La jeune femme - elle a seulement 26 ans - explique que le chef **René Redzepi** et elle ont pour objectif de trouver le meilleur des produits, de le travailler d'une façon qui n'a jamais été utilisée auparavant et de s'affranchir au maximum du sucre. Des exigences qui la forcent à innover. Cinq desserts sont dressés sur scène, dont un 'de transition' (comprendre 'moins sucré'), poire, baies de genièvre, thym citron, fleurs de bruyère et des associations plus qu'inso- lites : Glace topinambour, tranches de

pomme, sablé au malt, huile de malt et marjolaine...

Du contact avec la matière

Souvent en cueillette autour de son restaurant situé au sud de Rome, **Salvatore Tassa** (Colline Ciociare, à Acuto en Italie) fait naître sa cuisine dans ce qui l'entoure. Lors de sa démonstration, il

fait réduire l'eau naturellement contenue dans des oignons jusqu'à obtenir une eau caramélisée, dans laquelle il fait infuser des branches et des fleurs d'amandier. Pour assaisonner une salade de pousses, il malaxe de la poudre de réglisse et de l'huile entre les mains ; ensuite, il masse des pousses de salade. Un contact avec la matière et un hommage à la nature plein de poésie.

De l'émotion

Ben Shewry, d'Attica (Melbourne, Australie), a une relation forte avec la mer, au bord de laquelle il ramasse ses ingrédients (plantes sauvages et algues), mais qui a aussi failli le tuer quand il n'était qu'un enfant : emporté par une vague, il a été par miracle sauvé par son père. Le public est interloqué. Mais le chef continue sa démonstration, une huître saisie à l'unilatérale qu'il dresse ensuite avec écorce de citron, riz soufflé, salicornes et algues. Preuve que le cuisinier se forge aussi à partir d'expériences vécues et d'émotions, pas si loin d'un écrivain ou d'un compositeur. ■

Dynamisez votre carte !

Tradi-Qual vous offre votre lancement*

Découvrez Bruschett'food® :

La Bruschetta® des professionnels

Bruschett'food® est un concept de restauration rapide innovant qui vous garantit un réel savoir-faire pour la réalisation de délicieuses Bruschetta®.



Offrez à vos clients

un produit convivial et savoureux
aux arômes de la Méditerranée.



Le Bruschett'com ◀

Un kit de communication
(affiches, cartes menu,
chevalets, etc.)

► Le Bruschett'grill

Un matériel professionnel adapté pour
préparer 8 Bruschetta® en même temps,
sans bruit et sans fumée.



Les 10 bonnes raisons d'opter pour Bruschett'food®

Pour vous :

Une forte rentabilité immédiate

Une simplicité de préparation :
Bruschett'food® ne nécessite pas de
compétences particulières

**Une facilité de gestion et une sécurité
de stockage** (DLC minimum de 2 mois)

Un kit complet de communication
pour lancer la Bruschetta® dans votre
établissement

**Une formation sur site et
une assistance permanente**

Pour vos clients :

Rapidité de service

Satisfaction assurée :
sélection de produits goûteux provenant
des meilleurs fournisseurs italiens

Convivialité :
la Bruschetta®, toujours prédécoupée,
sur une planche d'olivier

Prix très attractifs

Pas d'horaires fixes :
la Bruschetta® peut être servie à toute
heure du jour et de la nuit.

**CODE
PROMO**
BRUSCHETT001
*à concurrence de
50 bruschettas

Optez pour la solution unique Bruschett'food®,
contactez-nous au
0 820 422 622
ou allez sur www.bruschetta.com

TRADI-QUAL DEVELOPPEMENT S.A. au capital de 250 000 €

 **Bruschett'food®**
by TRADIQUAL

Du bonheur en tranches !

Bordeaux (33) Place de la Comédie, Le Comptoir Cuisine et la première franchise boutique-Fauchon ont ouvert grâce à la volonté d'Élodie et Olivier Boyer, tous deux issus d'une restauration traditionnelle de qualité.

DOMINIQUE OLINA

Le Comptoir Cuisine joue sur la proximité et le dialogue

Propriétaires de deux restaurants reconnus à Bordeaux, le Pavillon Garonne et le Café du Port, **Élodie et Olivier Boyer** ont fait le choix de les vendre pour se lancer dans deux nouvelles aventures osées, mûrement réfléchies et situées côte à côte. Ils ont choisi, pour le Comptoir Cuisine, de faire un restaurant à double concept : au rez-de-chaussée, un service au comptoir ouvert sur la cuisine, dans un esprit 'cuisine spectacle', et au premier étage, un service à table. Une décoration chaleureuse et classieuse se décline dans des tons gris, blanc, noir et rouge. Quant à la deuxième aventure, la boutique Fauchon (épicerie fine, boulangerie, pâtisserie, sélection de vins Fauchon et salon de thé), c'est l'opportunité du lieu dans lequel ils ont décidé d'investir et la rencontre avec le p.-d.g de cette enseigne qui les décida. Ce dernier réfléchissait à un développement en franchise dans des villes et lieux d'exception et, pour le prestige, le couple ne pouvait trouver mieux. Ils ont situé leur deux projets dans l'immeuble de l'hôtel de luxe Le Regent, face au Grand Théâtre.

Retour sur investissement

"L'aménagement d'un restaurant dans un immeuble classé où il y a un changement d'activité n'est pas chose aisée", précise Olivier Boyer. Après six mois de travaux et un investissement

d'1,6 M€ pour le Comptoir Cuisine - incluant travaux et bail -, le restaurant ouvrait à la mi-décembre dernier. Le retour sur investissement est prévu au bout de sept ans pour cet établissement de 75 places qui au bout de trois mois, fait une moyenne de 120 couverts le midi avec un ticket moyen de 25 € et de 42 € le soir. "Nous nous sommes associés, non financièrement, mais par fidélité avec notre ancien chef du Pavillon Garonne : **Kendgi Wongsodikromo**. C'est avec lui que nous avons défini la carte." Une carte composée d'un choix de plats traditionnels et inventifs préparés avec des produits frais et de qualité. Au déjeuner, une formule appelée 'Retour du marché, le 3-en-1

du midi' est servie du lundi au vendredi (17 €). Pour les amateurs de vin, il est proposé un choix extraordinaire où les AOC bordelais et les grands crus se font la part belle. Ils donnent également la possibilité de déguster une quinzaine de vins au verre pour 3 à 8€. Une partie caviste permet d'acheter les vins de la carte, et bien plus. Aux beaux jours, une terrasse doublera la capacité de la partie comptoir. Le Comptoir Cuisine est ouvert 7 jours sur 7 de midi à 14 h 30 et de 18 h 30 à 23 h 00. Olivier Boyer emploie une équipe d'au moins 15 personnes. Il découvre "une autre façon de travailler. Le client au comptoir est plus dans le dialogue, l'échange, ce qui crée une grande proximité avec lui". Si la clientèle de leurs anciens restaurants vient découvrir cette nouvelle formule, ils ont su en gagner une autre, qui prend ses habitudes le midi, notamment. ■



COMPTOIR CUISINE

2 PLACE DE LA COMÉDIE
33000 BORDEAUX
TÉL. : 05 56 56 22 33

FAUCHON

2 PLACE DE LA COMÉDIE
33000 BORDEAUX
TÉL. : 05 56 00 03 04

WWW.COMPTOIRCUISINE.COM

Olivier et Élodie Boyer.

Dynamisez votre carte !

Tradi-Qual vous offre votre lancement*

Découvrez les pâtes et les sauces PASTA PRESTO® !

Concept unique de restauration rapide, qualitatif & innovant
Prenez goût à la facilité



81
*combinaisons
à la carte
servies en
3 minutes*

**Une solution clé en main
à forte valeur ajoutée**

- 🌿 **Une forte rentabilité immédiate**
- 🌿 **100% des produits garantis et disponibles toute l'année, chez vous en 48h**
- 🌿 **9 pâtes et 9 sauces en portions individuelles précuites surgelées**
- 🌿 **Des produits premium issus des meilleures fabrications artisanales italiennes**
- 🌿 **Une facilité de gestion et une sécurité de stockage (dlc 18 mois)**
- 🌿 **Un kit complet de communication (affiches, cartes menu...)**
- 🌿 **Une formation pour une mise en exploitation immédiate**



🌿 La Pasta Presto

La machine idéale pour vos pâtes et vos sauces, autonome et très simple d'utilisation.

🌿 Offrez à vos clients un festival de pâtes et de sauces

- ▶ une grande qualité gustative reconnue
- ▶ une offre exceptionnelle à toute heure du jour et de la nuit

Optez pour la solution unique Pasta Presto® !

**CODE PROMO
PASTA001**

*à concurrence de
50 portions

Appelez vite le **0 820 422 622**
ou allez sur **www.pasta-presto.com**

TRADI-QUAL DEVELOPPEMENT S.A. au capital de 250 000€



Les pâtes, passionnément

Paris (XX^e) Obtenir exactement la pizza que l'on veut, comme pendant un week-end à Rome, c'est possible et c'est à Paris. Bon voyage !

MYLÈNE SACKSICK

Pezzo, la pizza au poids

L'établissement décline le concept romain de la pizza 'al taglio' (à la coupe). Une pizza au poids, savoureuse et craquante, recouverte de produits frais en provenance d'Italie. Finies les déceptions d'une pâte mal cuite, indigeste ou trop épaisse, aux ingrédients caoutchouteux : Pezzo vient d'ouvrir ses portes dans l'est parisien, à deux pas de la place de la Nation (XX^e).

L'idée, c'est de proposer des pizzas 'à la romaine' : une pâte légère et croustillante, recouverte de produits frais et de qualité. Pezzo, c'est un concept original, avec un large choix de compositions. Les saveurs sont inédites : speck (jambon cru fumé), pomme de terre et crème de truffe, cèpes,



Pezzo propose ses pizzas au poids à deux pas de la place de la Nation.

ou encore figue et jambon San Daniele, poire-gorgonzola et noix, roquette et mozzarella di buffala, pancetta et scamorza fumé...

Sur place ou à emporter, la vente se fait au poids : le client choisit une ou plusieurs parts. La note oscille entre 2,25 et 3,36 € les

100 grammes. Les parts, réchauffées pour révéler le croquant de la pâte, sont servies sur des planches en bois. **Michel Favien**, gérant de Pezzo, souligne : "L'idée de ce restaurant est née d'un week-end à Rome. Dans cette ville, on peut obtenir exactement la pizza que l'on veut : on choisit selon son budget, son envie du moment et son appétit ! C'est cet état d'esprit que nous souhaitons reproduire." La pâte est fabriquée avec de la farine italienne haut de gamme. Charcuterie et fromage sont importés d'Italie, légumes et fruits de saison sont livrés quotidiennement.

Pezzo propose aussi des salades et des desserts maison, comme la pizza au chocolat et aux fruits de saison ou encore la charlotte mangue-nutella. ■

PEZZO

52 BOULEVARD DE CHARONNE • 75020 PARIS

TÉL. : 01 43 73 60 96

WWW.PEZZO.FR

Toulouse (31) les Alsaciens installés dans la Ville rose peuvent désormais déguster les craquantes tartes gratinées bien de chez eux.

BERNARD DEGIOANNI

Flam Flam, la flammekueche à domicile

Flam Flam propose la livraison à domicile - ou au bureau - des traditionnelles flammekueches. La société a été créée en 2010 par **Laurent Mollard**, originaire de Toulouse, ancien directeur d'un restaurant d'une enseigne spécialisée dans les produits alsaciens, et **Guy Laberthe**, Normand, ex-gérant d'un centre de profit en matière de sécurité. "Nous avons cherché un produit alternatif à la pizza. Grâce à un nombre important d'Alsaciens installés à Toulouse, la flammekueche y est appréciée", souligne Laurent Mollard. Les prix pour chaque tarte varient de 7,50 à 10 €. Pour une soirée entre amis, et 7 € par personne sur la base de 6 convives, il est possible de se faire livrer 5 flammekueches et 2 bouteilles de bières ou de soda. Au déjeuner, cela vous coûtera 9 € pour manger une salade, une flammekueche et un yaourt. Une



Laurent Mollard (à g.) et Guy Laberthe ont créé Flam Flam.

trentaine de flammekueches, en version salée et sucrée, sont disponibles, de la tarte traditionnelle gratinée aux tartes avec magret, foie gras, saucisses de Toulouse ou, encore avec des fruits (pommes, poires, ananas...). Si la livraison représente 90 % des ventes, Flam Flam, ouvert midi et soir, 7 jours sur 7, dispose d'un restaurant en centre-ville d'une capacité de 16 places assises, où sont réalisées les flammekueches. À terme, l'objectif est d'implanter le concept dans d'autres villes, soit en gestion directe, soit en

franchise. Bordeaux et Montpellier sont sur les rangs. ■

FLAM FLAM

10 RUE D'AUBUISSON • 31000 TOULOUSE

TÉL. : 05 61 59 36 58

WWW.FLAMFLAM.COM

NOUVEAU !

Dynamisez votre carte !

Tradi-Qual vous offre votre lancement*

La pizza à portée de main !

Un concept de restauration rapide inédit qui va révolutionner le marché du snacking !



Prêt & chaud
en moins de
3 minutes

Proposez à vos clients,
**un produit savoureux,
innovant,
simple à consommer,
économique
et qui se déguste
en bougeant !**

Les 10 bonnes raisons d'exploiter le VIP

Pour vous

- Une rentabilité forte et garantie
- Une mise en place simple et rapide
- Une simplicité de préparation : le VIP ne nécessite pas de compétences particulières
- Une rapidité d'exécution sans perte produit
- Un service à toute heure, sans frein de conservation

Pour vos clients

- Un produit chaud et très qualitatif : enfin une alternative aux sandwichs chauds (burgers, paninis...)
- Une nouvelle façon de consommer, une offre originale
- Un service rapide, dans l'instant
- Un produit pratique, que l'on peut déguster en marchant sans se tâcher
- Des prix très attractifs

Un concept livré clef en main



Un matériel professionnel complet

Four : ludique, productif, gestion électronique, sans fumée, sans bruit.
Vitrine, bain-marie, supports de préparation,...



Des produits savoureux

Une délicieuse pâte à pizza, un cône craquant et léger.



Des garnitures cuisinées, élaborées et mijotées avec des ingrédients frais et naturels.



Des services

Un kit de communication efficace (supports VIP, tenues, affiches...)
Installation, formation, livraison directe des produits,...

**CODE
PROMO
VIP001**

*à concurrence de
50 VIP

Appelez vite le **0 820 422 622**
ou allez sur **www.pizza-vip.com**

TRADI-QUAL DEVELOPPEMENT S.A. au capital de 250 000 €



VERY IRRESISTIBLE PIZZA
by TRADIQUAL

Installé depuis douze ans en Argentine, cet ingénieur reconverti dans la restauration a monté deux bars et trois restaurants. Rencontre.

VIOLAINE BRISSART

François-Xavier Nouzille, serial entrepreneur en Argentine



C'est suite à un licenciement que François-Xavier Nouzille a migré en Amérique latine.

Le hasard fait parfois bien les choses. C'est à la suite d'un licenciement que **François-Xavier Nouzille**, ingénieur des Arts et métiers, décide de prendre un billet pour l'Amérique du Sud. Une amie installée en Argentine, et fondatrice de l'hebdomadaire *Les Inrockuptibles* dans le pays, lui propose alors de monter un bar de nuit. Pourquoi pas ? Le duo s'associe à la revue et La Cigale ouvre en 1998. L'enseigne, qui propose plusieurs concerts



hebdomadaires, se spécialise à ses débuts dans la musique électronique, encore rare à Buenos Aires. Succès immédiat. Séduit par l'aventure, François-Xavier Nouzille élabore un second projet. *"J'avais envie de développer un concept autour de la vodka, qui était en vogue à l'époque en Europe. German Martitegui, alors chef au Caesar Park, souhaitait monter son établissement et proposer une cuisine plus rustique et abondante. Le troisième associé était branché sur le design nordique"*, raconte-t-il. Ainsi naît Olsen, le premier restaurant d'inspiration nordique de la capitale.

Du poisson au pays de la viande

Les débuts sont difficiles. Inauguré quelques mois avant la crise qui frappe le pays fin 2001, l'établissement se heurte à une clientèle fantomatique. *"Pendant trois mois, les Argentins sont restés chez eux, notamment à cause des troubles à l'ordre public. Beaucoup de professionnels ont fermé ou vendu leur affaire. Nous avons tenu bon. Heureusement, car Olsen fonctionne très bien, d'autant plus que l'Argentine a connu un véritable essor touristique entre 2003 et 2007"*, explique-t-il. Olsen sert 100 couverts par repas et affiche un ticket moyen de 10 € à midi et du double en soirée. Soixante variétés de vodka permettent d'accompagner les plats (Thon rouge sauce chimichuri, Tartare aux deux saumons, Truite fumée à la langoustine...). En proposant des poissons frais et fumés, le restaurant se démarque dans un pays où la viande est reine. *"Il faut tout de même respecter une règle : toujours indiquer à la carte un plat de pâtes, de poulet et de viande"*, souligne-t-il. Le décor n'est pas étranger à

Olsen, premier restaurant d'inspiration nordique à avoir ouvert dans la capitale argentine, sert 100 couverts par repas.

la réussite de l'enseigne qui fête ses dix ans et qui a ouvert une succursale à Madrid en 2004 : un jardin exubérant, avec fontaine et vigne vierge, complète l'intérieur boisé dans un style 'loft nordique'.

Un rythme soutenu

En 2007, François-Xavier Nouzille s'associe à **Manuel Schmidt** et **Renée Noto**, deux autres Français fraîchement débarqués en Argentine... en voilier. Le trio ouvre Le Bar : *"Le principe est un peu le même que pour La Cigale. Mais c'est plus haut de gamme, la musique est moins rock, la clientèle concernée a plutôt 35 ans, et nous proposons une offre de restauration le midi et le soir."* Dernier-né, le restaurant Tegui est lancé fin 2008. Cet établissement haut de gamme et exclusif, sans enseigne extérieure ni site web, fonctionne au bouche à oreille. Le chef German Martitegui y décline une cuisine d'auteur contemporaine, dans un décor toujours très design. Rompu au jeu des ouvertures, François-Xavier Nouzille réfléchit à de nouveaux projets. *"Une fois qu'on a les doigts dans l'engrenage, c'est difficile de s'arrêter"*, confie-t-il. Néanmoins, l'Argentine ne constitue pas pour l'instant son terrain de prédilection. *"Actuellement, faire de la gastronomie n'est pas facile dans ce pays. Nous avons connu 30 % d'inflation en un an, il y a pas mal de procès entre employés et employeurs, on réduit le personnel et les marges... Je regarde plutôt du côté du Chili !"* ■



Retrouvez sur www.lhotellerie-restauration.com :
• d'autres conseils et reportages sur

l'Argentine : cliquez sur 'Conseils et reportages par pays';

• les annonces d'emploi à l'international : cliquez sur 'Candidats à l'international'.

Pour bousculer la carte des desserts créez des variantes de crème brûlée



Parmi les appareils à desserts Debic, la 1^{ère} Crème Brûlée aux grains de vanille incorporés.

Dans l'univers des stars des desserts, la Crème Brûlée trouve sa place avec le contraste du craquant de la cassonade et la douceur de la crème. La Crème Brûlée Debic est rapide à mettre en œuvre et permet de larges possibilités créatives (photo : crème brûlée aux framboises).

Desserts Debic. Au plus proche du fait maison.

www.debic.com



Associons nos talents.

Crozet (01) Encensé par la presse lors de son ouverture, le Jiva Hill Hotel, situé à 10 minutes de l'aéroport de Genève et décoré par le designer Jean-Philippe Nuel, se distingue avec un parc privatif de 35 hectares, un golf de 9 trous et un lac artificiel de 600 m de long.

ÉVELYNE DE BAST

Le Jiva Hill Park Hotel gagne une 5^e étoile

Une offre resort dans un style chic et décontracté. Le Jiva Hill Park Hotel a obtenu sa 5^e étoile en décembre 2010, ce qui en fait l'un des hôtels les plus luxueux de la région. Sa vraie différence, c'est l'espace : 28 chambres - avec terrasses - et 6 pavillons indépendants - avec jardins et jacuzzis. L'hôtel a gagné sa 5^e étoile grâce aux services et aux équipements : un espace de soins Carita et un restaurant gastronomique, dirigé par **David Faucher** - précédemment à l'hôtel Royal Evian. L'établissement, situé aux pieds des montagnes du Jura avec vue sur le Mont-Blanc, est aussi fréquenté par une clientèle locale, notamment en fin de semaine : "Nous avons un TO de 80 % le week-end tout au long de l'année. En revanche, la clientèle d'affaires est encore difficile à attirer la semaine, avec 55 % de TO moyen à l'année. Elle est franco-suisse à 80 %, précise **Fabrice Mercier**, le directeur, et nous souhaiterions la diversifier avec de la clientèle internationale."

L'organisation de séminaires représente 30 % du chiffre d'affaires et pourrait encore se développer, selon le directeur. En effet, l'établissement possède des atouts



Le Jiva Hill Park Hotel, situé aux pieds des montagnes avec vue sur le Mont-Blanc.

indéniables pour cette activité : "Nous sommes idéalement situés, à dix minutes de l'aéroport et du centre-ville, ajoute-t-il, et nous bénéficions de tous les équipements d'affaires, d'une salle de 120 m² avec vue sur le Mont-Blanc et située face au garage à hélicoptère - pour ceux qui le souhaitent -, sans oublier l'espace bien-être."

Une offre hébergement élargie aux familles

Pour attirer davantage les familles, l'hôtel va agrandir son champ d'activités. "Même si notre club de golf est ouvert au public, une

partie restera réservée aux clients. Par ailleurs, nous ouvrons un spa de 650 m² exclusivement dédié aux résidents. Un spa enfant uniquement réservé aux plus jeunes propose des séances de massage plus ludiques et plus courtes que ceux des adultes."

Enfin, l'hôtel va développer son offre hébergement et ouvre, en 2011, une junior suite suivis, en 2012 et 2013, par trois ou quatre pavillons. "Notre objectif est d'atteindre 50 chambres à terme, avec un restaurant de 70 places assises, déclare Fabrice Mercier, car selon notre propriétaire - un industriel suédois - l'hôtel doit pouvoir obtenir quelque 5 points supplémentaires en TO et augmenter son prix moyen, actuellement de 200 €, pour atteindre les 250 à 260 €." D'ailleurs, les Francilliens constituent une cible idéale car Paris n'est finalement qu'à trois heures de TGV. ■



La piscine.

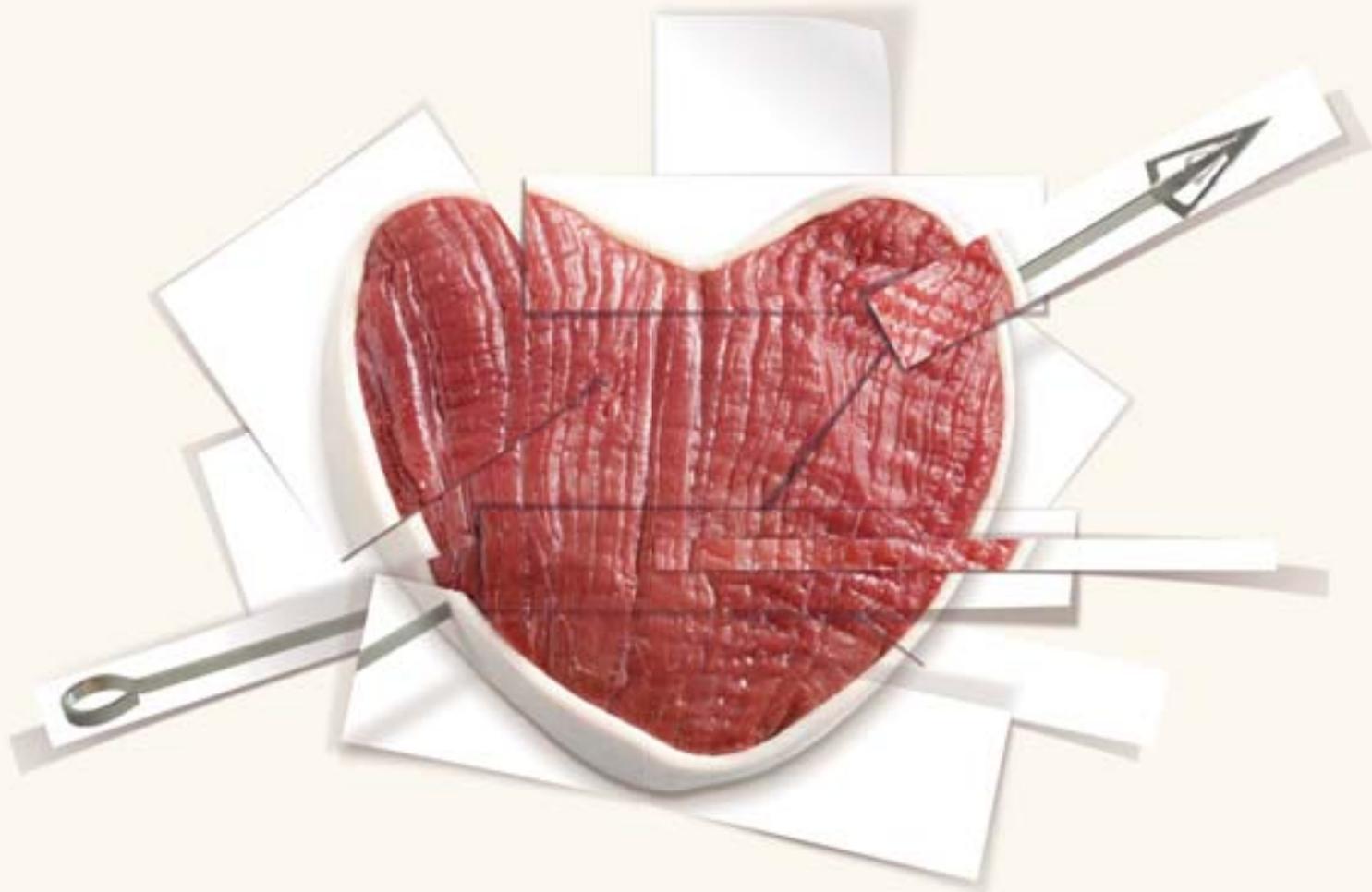
JIVA HILL PARK HOTEL

ROUTE D'HARÉE

01170 CROZET

TÉL. : 04 50 28 48 48

WWW.JIVAHILL.COM



UNIS POUR LE MEILLEUR

ET POUR LE MEILLEUR
TransGourmet et Beauvallet
unis depuis longtemps
Pour des viandes d'une qualité sans égal

RCS Créteil 433 927 332

 **N°Azur 0 811 65 65 88**
PRIX APPEL LOCAL



TRANSGOURMET
Engagé à vos côtés

www.transgourmet.fr

Monaco Membre du cercle très fermé des Leading Spas of the World, le spa de l'hôtel Métropole est le 3^e Meilleur spa de la région Europe et Russie selon les lecteurs du magazine 'Condé Nast Traveller'.

ANNE SALLÉ

Métropole ESPA : un lieu d'exception et d'évasion

Dès son ouverture en 2006, le Métropole Monte-Carlo avait joué la carte de la qualité en s'associant à une référence dans le domaine du bien-être, la marque ESPA International. La mise en scène de l'espace avait été confiée au décorateur de l'hôtel, **Jacques Garcia**. "On vient au spa pour s'évader et notre clientèle - 60 % de femmes, 40% d'hommes, pour moitié clientèle de l'hôtel, pour moitié extérieure -, vient toujours pour une combinaison de soins, estime **Marianna Heurtel**, directrice de la structure. Avec ESPA, nous avons opté pour l'excellence tant en terme de produits que de professionnalisme de nos équipes."

"Les soins ESPA allient techniques modernes et thérapies ancestrales et bénéficient des avancées scientifiques en matière de produits naturels pour la peau", complète **Marianna Heurtel**. Ils sont prodigués dans un espace de 2 000 m² sur 3 niveaux avec salle de relaxation, 10 salles de soin et suites (une simple, une double), un studio beauté, un espace 'Heat Experience' pour se préparer aux soins (hammam, sauna, caldarium...), un studio fitness, une piscine extérieure d'eau de mer chauffée, mais aussi un bar-restaurant avec jus de légumes ou de fruits, thés et carte 'santé bien-être' spécialement élaborée par **Joël Robuchon** et **Christophe Cussac**. ■



La suite double d'ESPA est dotée d'une baignoire à chromothérapie et d'une douche avec hammam.

HOTEL METROPOLE MONTE-CARLO

4 AVENUE DE LA MADONE

BP 19 - MC98007 MONACO CEDEX

WWW.METROPOLE.COM

Légny (69) Issus du tourisme et de l'hôtellerie, Joëlle Dubois et Franck Boulinet s'apprentent à vivre leur propre aventure dans le sud du Beaujolais, avec l'ouverture en avril d'un établissement deux étoiles. **SONIA DELZONGLE**

Côté hôtel, la convivialité au cœur du Beaujolais

Niché entre vignobles et forêts de conifères, sa façade habillée de bois Douglas, beau bois vert du Beaujolais, le futur hôtel de **Joëlle Dubois** et **Franck Boulinet**, avec ses 26 chambres, n'ouvre qu'en avril mais enregistre déjà 500 réservations. La situation de cet établissement convivial, au cœur du territoire des Pierres dorées à la lisière sud du Beaujolais, ne manque pas d'attraits : activités œnotouristiques, sportives (quad, VTT) ou culturelles (visites de villages médiévaux). À l'origine de ce projet, un jeune couple : Franck Boulinet, hôtelier, ancien attaché de direction de l'hôtel 3 étoiles Plaisance à Villefranche (69) et Joëlle Dubois, qui œuvre depuis dix-neuf ans à la promotion de la Destination Beaujolais. "Nous prévoyons de développer un partenariat avec des organisateurs de réceptions, à Villefranche et Lyon, mais aussi avec des circuits d'autocar, et de mettre en place des animations comme des dîners gourmands ou dégustations de vins", explique cette dernière.



Franck Boulinet et Joëlle Dubois, nouveaux propriétaires de Côté hôtel, dans la région des Pierres dorées, à la lisière sud du Beaujolais.

Un réel déficit hôtelier dans la région

Le couple préfère le classement 2 étoiles pour conserver des prestations abordables. Les tarifs varient de 49 € (chambre simple) à 69 € pour une triple et 125 € pour une Privilège double. Pas de restauration à l'hôtel, mais un partenariat avec les restaurateurs les plus proches. Côté fréquentation, l'établissement devrait bénéficier du réel déficit hôtelier sur la partie rurale de la région. "Il y a surtout des chambres d'hôte dans la région et les Ponts-Tarrets est une commune en plein développement et facile d'accès pour les Lyonnais", précise Joëlle Dubois. ■

CÔTÉ HÔTEL

LES PONTS TARRETS • 69620 LÉGNY

TÉL. : 04 78 43 09 71

WWW.COTE-HOTEL.COM

DÉCOUVREZ LA GAMME PRESTIGE 75 CL

Source naturelle de développement



Crédit Photos - SAEME 797 080 850 RCS THONON - Conception - the Brain Compagnie

EXPRIMEZ VOTRE DIFFÉRENCE

Conçue pour les restaurateurs les plus exigeants, la gamme Prestige confère à vos tables une touche supplémentaire de raffinement et renforce la qualité perçue de votre établissement.

STIMULEZ VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

Idéal pour une table de 2, le format 75 cl impliquera généralement la commande d'une 2^{ème} bouteille pour les tablées de 3 ou 4 convives. Vous vendez mieux, vous gagnez plus.

SIMPLIFIEZ VOTRE LOGISTIQUE

La gamme evian - Badoit Prestige est une gamme verre perdu 75 cl. Vous libérez de l'espace dans votre stock et gagnez du temps de manutention.

* Offre valable du 1^{er} avril au 31 mai 2011, réservée aux 500 premiers professionnels qui en feront la demande en appelant au 0970 805 100. Tous les détails et modalités d'accès à cette offre sont disponibles sur simple demande au 0970 805 100.

ESSAYEZ GRATUITEMENT la gamme **Prestige***

Achetez simultanément
3 cartons de chaque référence
de la gamme 75 cl et
nous vous les remboursons.

Pour bénéficier de
cette offre spéciale
découverte réservée
aux 500 premiers
professionnels qui en
feront la demande

appelez le
0970 805 100



Capbreton (40) Situé sur la côte landaise, au bord de l'océan, cet hôtel en forme de proue de bateau vit depuis deux ans une révolution culturelle et commerciale.

DOMINIQUE OLINA

Baya Hôtel & Spa, un rêve d'exotisme



L'entrée du Baya Hôtel a un goût d'invitation au voyage.

C'est au cœur d'un environnement privilégié, face à l'océan, qu'une filiale de la Générale de santé a ouvert en 2003 le Cap Club Hôtel. Auparavant destiné uniquement au tourisme de loisirs, cet hôtel 3 étoiles souffrait d'un déficit d'identité. L'arrivée en 2009 d'un nouveau directeur, **Stuart de San Nicolas**, professionnel de l'hôtellerie haut de gamme passé par le Maroc et la Thaïlande, va révolutionner cet établissement. Il change son nom en Baya Hôtel & Spa. Une connotation exotique déclinée au travers d'un plan de rénovation triennal, qui se termine au premier semestre 2012 pour un investissement d'un million d'euros. Dès l'entrée, cet établissement se démarque des hôtels traditionnels de la côte landaise. Stuart de San Nicolas s'est inspiré des cultures marocaine et asiatiques pour faire voyager ses clients. Des couleurs chaudes ornent les murs, tandis que la présence d'un escalier majestueux est devenue objet de décoration. Une réceptionniste vous accueille derrière une table en bois exotique. Canapés ultramodernes vert vif, exubérance de plantes vertes, tableaux, sculpture donnent le ton. Une cloison en bois sculpté sépare la partie salon de la salle de restaurant. Le dépaysement se poursuit dans le restaurant : la

grande salle s'ouvre par des baies vitrées sur une terrasse en cailloutis de 200 m² donnant directement sur la plage et l'océan. En cuisine, le chef **Nicolas Mathieu** propose une cuisine de bistro avec formule le midi à 19 € (3 plats). En été, sur la terrasse près du barbecue, les clients peuvent apprécier grillades de poissons et viandes, pour un ticket moyen de 26,50 €. Les étages ont été rénovés et deux suites surprenantes et sensuelles baptisées Addiction et Pure ont été créées. Des activités de loisirs complètent l'offre de l'établissement, qui compte sur un classement 4 étoiles cet été : spa Huajai ouvert six jours par semaine sur rendez-vous, sauna, hammam, salle de fitness... Autre nouveauté, l'installation d'un simulateur de golf dernière génération : *"Un golf plus vraie que nature et unique en Aquitaine"*, précise Stuart de San Nicolas.

Yield management et politique commerciale agressive

"Pour mettre en œuvre un tel bouleversement, en particulier le changement de nom, et rentabiliser les investissements, une commercialisation 'agressive' a été mise en place", affirme **Emanuelle Fillastre**, directrice des ventes. Avec 75 chambres ouvertes à l'année, une équipe de 33 permanents et

15 saisonniers supplémentaires en été, le Baya Hôtel peut se vanter d'un taux de remplissage de 64 % avec une évolution globale du chiffre d'affaires de 34 % en moins de trois ans. Le prix moyen des chambres pour 2010 a été de 110 €, avec une durée moyenne du séjour en juillet et août de 4 nuits. Et ce, grâce à des réservations en ligne via le site du Baya et un excellent référencement sur les sites de voyagistes en ligne leur générant 10 % des ventes. Le site propose des promotions ponctuelles définies selon la stratégie de yield management mise en place par le directeur. Une politique de forfaits individuels et de groupes autour du golf et du bien-être procure 2 % du CA. Une proportion encore faible mais porteuse en termes d'image grâce à une communication performante. L'hôtel est équipé de 180 m² de salles de réunion modulables. Un accord passé avec l'auditorium de Capbreton (276 sièges) leur permet d'attirer un public 'incentive'. Une bonne réputation, acquise auprès des fédérations sportives nationales et des équipements d'entraînement de haut niveau de Capbreton, attire des équipes nationales.

Pour répondre au classement 4 étoiles, l'hôtel a créé pour les 'happy few' une carte de fidélité BBC (Baya Black Card) incluant, outre des réductions et services personnalisés à ces clients fidèles, un numéro de téléphone pour joindre la conciergerie 24 heures sur 24. ■

BAYA HÔTEL & SPA

85 AVENUE DE LATTRE-DE-TASSIGNY
40130 CAPBRETON
TÉL. : 05 58 41 80 00
WWW.BAYAHOTEL.COM



Stuart de San Nicolas, professionnel de l'hôtellerie haut de gamme, dirige l'hôtel depuis 2009.

À Clermont-Ferrand (63)

Une tendance haussière maîtrisée dans la restauration traditionnelle

ACTIVITÉ : RESTAURATION TRADITIONNELLE

	Nombre de cessions sur les 12 derniers mois (01/03/2010 au 01/03/2011)	Rapport Moyen		Tendance générale du marché En hausse 
		Prix / CA HT (%)	Prix / EBE retraité (Coeff)	
CA de 45 000 à 140 000 €	101	72 %	2,7	
CA de 141 000 à 260 000 €	101	70 %	3,2	
CA de 261 000 à 2 000 000 €	102	79 %	4,1	

* Retrouvez les explications sur l'EBE retraité en tapant le mot-clé **RTR13533** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Le commentaire de Guy Clavel, directeur du cabinet Michel Simond à Clermont-Ferrand :



“La restauration traditionnelle dans notre région est en perpétuelle évolution. En tant que conseil dans la cession et acquisition, nous sommes tenus de respecter au mieux les attentes des futurs repreneurs. Aujourd’hui par exemple, les acquéreurs tendent, en plus d’une activité professionnelle rentable, à chercher une qualité de vie. De ce fait,

les exigences en matière d’amplitude horaire et/ou de fermeture hebdomadaire s’en trouvent chamboulées. Cependant, dès que l’on s’écarte des villes, notamment de Clermont-Ferrand, il apparaît nécessaire de travailler le week-end pour ne pas affecter la bonne marche de l’établissement. Ainsi, il est de notre devoir d’équilibrer au plus juste la balance entre vie professionnelle et vie personnelle. Depuis plus de dix ans que notre cabinet est installé à Clermont-Ferrand, nous tentons chaque jour de trouver l’équilibre entre les exigences des acquéreurs et celles des vendeurs.”

Retrouvez les précédents indicateurs ainsi que les précédents articles ‘Immobilier et cessions de fonds de commerce’ : cliquer sur ‘Fonds de commerce’ sur www.lhotellerie-restauration.fr

Sur la Côte d’Azur

Reprendre un restaurant gastronomique : un marché difficile mais stable

ACTIVITÉ : RESTAURATION GASTRONOMIQUE

	Nombre de cessions sur les 12 derniers mois (01/03/2010 au 01/03/2011)	Rapport Moyen		Tendance générale du marché Stable 
		Prix / CA HT (%)	Prix / EBE retraité (Coeff)	
CA de 100 000 à 300 000 €	11	57 %	1,7	
CA de 300 000 à 450 000 €	11	53 %	2,1	
CA de 450 000 à 880 000 €	12	55 %	1,9	

* Retrouvez les explications sur l'EBE retraité en tapant le mot-clé **RTR13533** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Le commentaire d’Arnaud Villeroy, directeur du cabinet Michel Simond de Cannes (06) :



“La présence de nombreux restaurants gastronomiques sur la Côte d’Azur, tenus en moyenne pendant quatre à cinq ans, attire aussi bien une clientèle permanente que de nombreux professionnels désireux de s’implanter au soleil. Contrairement à la restauration traditionnelle ou rapide, la vente d’un restaurant gastronomique - plus encore s’il est étoilé - nécessite de rechercher, d’une part, des acquéreurs expérimentés qui sauront relever le défi

de passer derrière un chef reconnu et, d’autre part, de solliciter la confiance des banques pour financer le projet au travers de dossiers solides. Les transactions en sont plus ardues, mais nous y pallions grâce à notre rayonnement national d’acquéreurs et nos partenariats bancaires. La valorisation d’un restaurant gastronomique se fait entre 60 et 80 % du CA HT annuel, valorisation plus basse que pour une brasserie ou un snack, du fait de la difficulté de reprise : l’image du restaurant dépend très fortement de celle son chef. Ces points ont été évoqués avec les chefs étoilés eux-mêmes lors du 7^e colloque national des grands chefs. Ils tendent à positionner idéalement Michel Simond sur ce créneau, puisque ses acteurs sont d’anciens professionnels de CHR.”

Retrouvez les précédents indicateurs ainsi que les précédents articles ‘Immobilier et cessions de fonds de commerce’ : cliquer sur ‘Fonds de commerce’ sur www.lhotellerie-restauration.fr

Gérer ses réservations sur son site internet sans moteur de réservations

Par Thomas Yung,  ARTISAN RÉFÉRENCE

Avec les moyens classiques (téléphone, fax, email, formulaire à remplir...), vous gérez le stock.

- Le moyen le plus simple pour prendre une réservation est que l'établissement indique **son numéro de téléphone**. L'internaute doit alors le contacter pour vérifier la disponibilité, les tarifs et effectuer sa réservation.

Avantages : contact humain, réponses adaptées de l'hôtelier en fonction du client, multiples possibilités de garantir la réservation (carte bancaire, chèque d'acompte, chèque vacances, virement, etc.). Certains internautes ayant peur de laisser leur numéro de carte bancaire sur internet, ce canal de réservation les rassurera.

Inconvénients : consommateur de ressources pour l'hôtelier, peut rebuter les clients étrangers (coût téléphonique + barrière de la langue), ne répond pas à l'achat d'impulsion, ni aux nouvelles habitudes des consommateurs (réservation immédiate, garantie par carte bancaire selon les conditions de réservations de l'hôtel, confirmation instantanée par e-mail).

- Indiquer l'adresse **email** ou le **numéro de fax** de l'établissement va permettre de générer des réservations. Ce sont des canaux de réservations peu qualifiés car ils obligent l'internaute à entreprendre la demande à partir d'une 'feuille blanche' alors qu'il faut accompagner, prendre le prospect par la main pour l'aider à passer à l'acte d'achat et pour définir ses besoins.

Avantages : garde une trace écrite de la réservation, de l'échange. Selon l'établissement, un fax à en-tête d'une entreprise suffit à garantir une prise en charge.

Inconvénients : demandes souvent incomplètes de la part du prospect ('avez-vous une chambre pour le 12 ?') nécessitant des allers et retours pour finaliser l'acte, consommateur de ressources pour l'hôtelier.

- Le formulaire de réservation :** l'internaute remplit un formulaire (questionnaire) dans lequel il indique le nombre de personnes, la date d'arrivée, le nombre de nuits, les coordonnées, etc. L'hôtel reprendra contact avec l'internaute pour lui faire une proposition, le plus souvent par e-mail. Le formulaire de réservation est donc recommandé en l'absence d'un moteur de réservation sur le site.



Avantages : coût de fonctionnement réduit, permet d'adapter la réponse en fonction de la demande, de guider l'internaute dans ses demandes (enfants, petit-déjeuner, parking, animaux, etc.).

Inconvénients : nécessite plusieurs allers-retours pour confirmer la réservation, nécessite un contact par téléphone ou par courrier pour garantir la réservation. Processus de réservation long et incertain, peu adapté aux exigences actuelles en termes de réservation : l'internaute veut, le plus souvent, une confirmation immédiate !

Le site internet de l'hôtel doit être considéré comme un point de vente et la prise de réservations n'est pas une option. Il faut que ce processus soit simple, rapide, fiable et sécurisé. Le moteur de réservations offre toutes ces caractéristiques. Il est utopique de penser pouvoir s'en passer dans votre stratégie de commercialisation indépendante.



Retrouvez l'intégralité de l'article 'Gérer ses réservations sur son site internet avec un moteur de réservations' avec le mot clé **RTR513725** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Londres (Grande-Bretagne) Le 40^e hôtel de la marque W précède l'ouverture d'un établissement à Saint-Pétersbourg, en Russie, et à Paris, en juillet prochain.

ÉVELYNE DE BAST

Starwood Hotels & Resorts ouvre le W London

Le groupe Starwood Hotels & Resorts a ouvert en février l'hôtel W London Leicester Square, le 40^e hôtel de la marque dans le monde. Outre ses 192 chambres dont 7 suites, 3 suites Wow et une suite Extreme Wow,

l'hôtel possède un restaurant, le Spice Market, dirigé par le chef triplement étoilé **Jean-Georges Vongerichten**, et un bar. L'espace W Lounge aura pour mission de représenter l'expérience cocktails dans l'hôtel, tandis que le Sweat, centre de remise en forme, sera le lieu dédié à ceux qui veulent... en suer. Enfin, le Away Spa sera réservé aux envies d'ailleurs et de bien-être, le Screening Room aux projections privées, et les W Studio Spaces incarneront des espaces polyvalents pour les réunions d'affaires. Après les ouvertures d'Istanbul (Turquie), Doha (Qatar), et Barcelone (Espagne), le W London est un nouvel établissement étendard de la marque, avant ceux de Saint-Pétersbourg et surtout de Paris, dont l'ouverture est toujours annoncée pour début juillet.

Des offres alléchantes

Par ailleurs, depuis février et jusqu'en avril, le groupe Starwood lance plusieurs opérations dans ses hôtels Four Points by Sheraton. Aux États-Unis et au Canada, la chaîne propose le petit-déjeuner à un dollar dans 85 de ses hôtels. En France, une plate-



La spectaculaire entrée très 'lifestyle' du W London Leicester Square, en Angleterre.



Le W Leicester Square, un lieu qui compte autant de facettes que cette boule.

forme sociale active 24 heures sur 24, permet aux clients de rester connectés à toute heure du jour et de la nuit. Enfin, au Méridien

Budapest, en Hongrie, qui a fêté ses dix ans en 2010, Starwood propose des forfaits insolites autour du tourisme de mémoire. Le groupe propose de visiter en Trabant - l'antédiluvien modèle de voiture fabriquée en ex-Allemagne de l'Est - les sites emblématiques de l'histoire du communisme dans la capitale magyare. Tarif : 630 € pour 2 personnes pour 4 nuits du jeudi au lundi. ■



Une des 192 chambres du W London Leicester Square.

Travaillez avec le Meilleur pour "Réveiller les saveurs"



Hotmix Pro
Le robot cuiseur multifonction de haute précision.

- Travaillez au degré près
- Réglez votre vitesse idéale
- Programmez vos recettes



Pacojet
Réalisez à la perfection glaces, sorbets, mousses et coulis.

- Développez vos arômes
- Fixez vos couleurs
- Transformez vos appareils en textures onctueuses

PACO CLEAN
Concepts & Matériels Culinaires
www.pacoclean.com

ZAC Le Muneri - Route d'Aoste
38450 Romagnieu
Tél. 04 76 07 64 64
contact@pacoclean.com

Indépendante et talentueuse, cette décoratrice spécialisée dans les hôtels n'a pas dit son dernier mot et multiplie les projets.

EVELYNE DE BAST

Christine Bonneau, une professionnelle de la décoration

Depuis une dizaine d'années, **Christine Bonneau** fait de la décoration d'hôtel. Elle n'a même fait que ça au cours de sa carrière professionnelle. Partenaire de longue date des hôtels du réseau Best Western, elle développe aujourd'hui une autre clientèle, surtout depuis que Best Western a décidé d'intégrer un service décoration spécialisé dans son offre Pro Achat. *"Je me suis mise à mon compte en 2006, précise-t-elle, et j'ai commencé à travailler immédiatement sur certains hôtels Best Western."* Autodidacte, mais dotée d'une vraie sensibilité créatrice, la jeune femme suit assidûment des cours pour se former sur tous les logiciels de décoration. *"Ce sont des outils techniques indispensables, ajoute-t-elle, mais en réalité il faut surtout avoir de l'envie, du goût et connaître le métier."* Vis-à-vis de ses clients, elle est d'une grande souplesse, pouvant intervenir à plusieurs niveaux dans la décoration : *"Il m'arrive aussi, quand ils sont de petite taille, de surveiller totalement le chantier"*.

Une démarche d'éco-label

Elle sait s'adapter à toutes les demandes : *"Certains fois, les clients ont un thème bien précis à reprendre comme pour mon dernier hôtel à Biarritz où je devais évoquer la Californie, ou bien ce sont les lieux eux-mêmes qui dictent le décor comme l'Hôtel de la Plage, avec Les Vacances de Monsieur Hulot."* Elle-même intervient d'une part sur l'agencement et d'autre part sur les matériaux : *"De plus en plus, les hôteliers, et surtout les hôteliers Best Western, recherchent des matériaux qui peuvent entrer dans une démarche d'éco-label."* Son talent de créatrice, elle le met aussi dans la recherche de mobilier ou la conception de moquette. *"Je*



Christine Bonneau, une autodidacte dotée d'une réelle sensibilité créatrice.

dessine et fais faire généralement toutes les moquettes", comme celle du BW Kemaris de Biarritz, une parfaite imitation 'vieux parquet' ou celle 'grands carrelages' de la Villa Saint-Antoine à Clisson (44), qui fait totalement illusion.

Une structure de professionnelle

Si Christine Bonneau possède un certain style, elle s'en défend répliquant qu'elle a déjà réalisé des hôtels fort différents. C'est à elle que l'on doit L'Hôtel de la Plage, à Saint-Marc-sur-Mer (44), l'hôtel des *Vacances de Monsieur Hulot*, relooké dans un style très épuré, mais aussi l'hôtel Best Western Villa Saint Antoine, dans un style qu'elle a voulu très italien avec

C'est à elle que l'on doit ce clin d'œil au célèbre film de Jacques Tatïe Les vacances de Monsieur Hulot, tourné à l'Hôtel de la Plage dans les années 1950.



des dessins peints au mur de Léonard de Vinci, l'hôtel Saint Quentin à Maurepas (78), qui a adopté, lui, un style très transatlantique, et le Best Western Villa Henri IV à Saint Cloud (92).

Vers une diversification de son réseau

Aujourd'hui la jeune femme a ouvert un bureau en Espagne, à Marbella, et a décidé de diversifier son réseau avec des investisseurs pour la marque Kyriad Prestige. L'intervention auprès d'un réseau unique est quelque fois dangereux. De même, pour se prémunir des problèmes de droits d'auteurs ou de malfaçons, Christine Bonneau s'est professionnalisée et propose des contrats en bonne et due forme. Une façon d'assurer sa protection mais aussi un pari sur l'avenir qui la positionne en véritable professionnelle et qui va lui permettre d'assurer aussi sa notoriété. ■

WWW.CHRISTINEBONNEAU.COM



L'Hôtel de la Plage à Saint-Marc-sur-Mer (44).

ASSURANCE HÔTELLERIE-RESTAURATION

Hôteliers, restaurateurs :
nous avons construit
pour vous une offre
complète.

● **Une protection de vos biens
et de votre activité :**

- doublement des valeurs assurées pendant les périodes de « jours de fêtes »,
- assurance de vos terrasses aménagées.

● **Une indemnisation totale
de vos pertes d'exploitation :**

- suite à un incendie, dégâts des eaux ou gel,
- remboursement des nuitées en cas de dysfonctionnement de vos installations de chauffage.

**Des chargés de clientèle
« risques professionnels » sont
à votre disposition près de chez vous.**

N°Azur 0 810 81 19 09

PRIX APPEL LOCAL

entreprises@matmut.fr

Matmut Entreprises - Société anonyme à directeur et conseil de surveillance au capital de 22 763 000 € entièrement libéré N° 493 147 011 RCS Rouen. Entreprise régie par le Code des Assurances.
Siège social : 66 rue de Sotteville 76100 Rouen. Adresse postale : 11 square Beaujon 75378 Paris Cedex 08

Photos : © Lucky Dragon, Fimat - Fotolia.com

 **Matmut**
ENTREPRISES



22 des plus grands hôtels de l'île de Beauté ont créé en juin 2009 le Cercle des grandes maisons corses, une association loi 1901 dont le but est de promouvoir la Corse en tant que destination de luxe n'ayant rien à envier aux îles du bout du monde. L'occasion de revenir sur ses capacités hôtelières haut de gamme.

ÉVELYNE DE BAST

La Corse, l'appel du luxe



La vue à couper le souffle de la piscine de La Villa à Calvi, établissement 5 étoiles et propriété de Jean-Pierre Pinelli, responsable du Cercle des grandes maisons corses.

La Corse ne se décrit pas. Elle se vit et se respire dans la sensualité de paysages qui sont de vrais tableaux vivants. Et pourtant, la Corse, qui pourrait être un paradis terrestre, pâtit encore d'une réputation aussi contrastée que sa géographie. Une réunion organisée au Plaza Athénée à destination de la presse 'continentale' était l'occasion pour les professionnels corses de faire partager leur joyau. C'est en tous cas le but du cercle de ces 22 maisons réunies autour de **Jean-Pierre Pinelli**, propriétaire de La Villa à Calvi. Grâce à leurs actions, ils veulent redonner à l'île ses lettres de haute noblesse touristique. Toutes les maisons rassemblées dans ce Cercle des grandes maisons corses sont classées 4 ou 5 étoiles. "J'ai moi-même été le premier établissement de l'île à devenir 5 étoiles, rappelle Jean-Pierre Pinelli, et le 7^e au niveau national." Réparties dans toute l'île, du cap Corse à sa pointe sud, les 22 établissements rivalisent de charme. Trois sont membres de la chaîne Relais & Châteaux, un autre appartient à la chaîne Small Luxury Hotels of the

World, les autres sont soit adhérents de Châteaux et Hôtels Collection, soit de Design Hotels. L'un d'entre eux, le Domaine de Murtoli, a reçu le prix 'découverte de l'année', du guide touristique britannique *Tatler Travel Guide 2010*, et le grand prix 2010 Villegiature Awards avec la distinction de meilleur resort d'Europe. Enfin, la plupart d'entre eux possèdent des restaurants étoilés, et tous sont sélectionnés par le *Guide des hôtels de charme en France*.

200 € de dépense moyenne

Pour ces établissements à l'écrin soigné, le message s'adresse aussi aux pouvoirs publics. Il a pour vocation de leur rappeler que le tourisme est la principale source de revenus de la Corse. Pour ces 22 acteurs, le chiffre d'affaires en retombées directes représente 75 M€ injectés par an dans l'économie insulaire, auxquels s'ajoutent 50 % de dépenses complémentaires réalisées par les touristes, hors hébergement. Et s'ils ne représentent que 2 % de la capacité d'hébergement marchand et 5 hectares de foncier, ils enregistrent la plus forte dépense moyenne par touriste, soit 200 € par jour et par personne en hébergement seul. En termes d'emploi, ces 22 maisons prestigieuses représentent 730 salariés (en équivalents temps plein) et près de 1 200 en saison. Une présentation qui n'aura pas échappé au directeur d'Atout France, **Christian Mantéi**, lui-même un enfant du pays, venu saluer l'initiative. Les 22 maisons sont là pour rappeler que la destination mérite d'être mieux valorisée. La plupart du temps, quand on y séjourne, on y reste, comme le souligne Jean-Pierre Spinelli : "Les touristes restent au minimum quatorze jours chez



Vue aérienne sur le Domaine de Murtoli, qui a reçu le prix Villegiature Awards 2010.

moi, mais c'est une fois sur place qu'ils décident de prolonger leur séjour." Changer l'image, rappeler que la Corse c'est aussi une destination haut de gamme, tel est l'objectif de ce réseau d'hôtels qui souhaite rappeler que si l'île de Beauté il y a, c'est aussi parce qu'il existe des hébergements de très grande qualité et des professionnels indépendants soucieux du bien-être de leurs clients. ■

WWW.LESGRANDESMAISONSCORSES.COM

LES MEMBRES DU CERCLE

- **Au Cap corse** : Hotel Demeure Castel Brando, Demeure Loredana, Hôtel La Roya ;
- **En Balagne** : Hôtel La Villa, Hôtel La Signoria, Chez Charles, Hôtel Perla Rossa, Hôtel Eden Park, Hôtel Capo Rosso ;
- **À Ajaccio** : Hotel Dolce Vita, Hôtel Les Mouettes, Palm Beach ;
- **À Valinco** : Miramar Boutique Hôtel, Hôtel Le Golfe ;
- **Au sud de l'île** : Domaine de Murtoli, U Capu Biancu, Marina Di Caby, Hôtel Belvédère, Grand Hôtel de Cala Rossa, Les Bergeries de Palombaggia, Casadelmar, Hôtel le Pinarello.

LE PRET@CHOISIR PAR EMOVA

● ● COMMUNIQUÉ DE PRESSE

1,2,3... PRET@CHOISIR

la nouvelle génération de coffrets cadeaux !

Enfin du nouveau dans l'univers du coffret cadeau. Ludique, design et très tendance, **LE PRET@CHOISIR par EMOVA** va faire tourner bien des têtes. **Coffret unique aux choix multiples**, il se présente sous la forme d'un cylindre que l'on s'amuse, à la façon d'un pêle-mêle, à faire tourner pour **le personnaliser et suggérer une présélection d'activités**. Simple à offrir, à utiliser et à gérer, **LE PRET@CHOISIR par EMOVA** est le nouveau concept de coffret cadeau qui laisse à la fois **le choix d'offrir et le choix de recevoir**.

EMOVA, filiale d'un grand groupe leader des chèques cadeaux, lance LE PRET@CHOISIR

Un coffret cadeau multichoix conçu pour répondre aux critiques soulevées par les consommateurs* et les prestataires sur l'offre classique de coffrets monothématiques. Maison mère d'EMOVA, le Groupe Chèque Déjeuner, bénéficie d'une expérience de 40 ans sur l'émission de titres « prépayés ». L'exigence de ses 80 000 entreprises et collectivités clientes** a ainsi façonné ses méthodes. Les 800 000 prestataires** acceptant des titres du Groupe ont quant à eux permis d'éprouver la qualité des outils de gestion. La filiale EMOVA peut ainsi offrir un service parfaitement établi sur le marché grand public des coffrets cadeaux.

Un coffret écrin et un site internet qui valorisent les prestataires

Les professionnels sélectionnés par EMOVA profitent de la clientèle nouvelle et haut de gamme d'EMOVA et de la notoriété auprès du grand public et des entreprises. Ils bénéficient également d'une équipe dédiée de spécialistes toujours disponible pour répondre à leurs besoins : mise en avant en période calme ou mise à jour des prestations en 24h sur le site par exemple.

Un partenariat équitable et sans risque

Le Groupe Chèque Déjeuner est une coopérative animée par des valeurs de partage et de respect où les relations commerciales s'entendent comme un véritable partenariat. Les frais de gestion d'EMOVA ne sont ainsi retenus que lorsqu'un client est apporté au prestataire, et leur montant est calculé au plus juste afin de garantir la commercialisation la plus large et le meilleur service.

Une gestion du partenariat simple et sans contrainte

EMOVA a acquis une expérience et des outils uniques pour traiter les remboursements des cartes cadeaux et faciliter la gestion de ses partenaires, notamment avec un système de remboursement entièrement électronique et dématérialisé qui leur garantit sécurité, rapidité et simplicité de mise en place.

* Étude Ethica Partners réalisée en mai 2009 et juin 2010 sur les motivations et freins à l'achat de coffrets cadeaux.

** Chiffres estimés 2010 en France.

Plan média de lancement LE PRET@CHOISIR

- Une campagne de communication nationale
- Une commercialisation large dans le réseau des grands magasins spécialisés et dans les entreprises
- Un site internet pour une mise en valeur toujours actualisée des partenaires



Photos: Masterfile et Gettyimages.

REJOIGNEZ LE RÉSEAU
LE PRET@CHOISIR PAR EMOVA

CONTACT

27-29 avenue des Louvresses
92230 GENNEVILLIERS
Tél. 01 41 47 28 47 - partenariat@emova.fr



LE PRÊT@CHOISIR

groupe
chequedejeuner

Les réservations via applications mobiles ou sites optimisés sont un enjeu d'avenir pour les hôteliers.

EVELYNE DE BAST

Smartphones : une révolution pour l'hôtellerie ?

En France, le marché des smartphones (téléphones portables disposant d'une connexion internet) représentait en 2010 environ 15 millions de terminaux dont les 80 % d'iPhone, sur un parc global de 61 millions de mobiles. Un support qui ne peut laisser indifférents les hôteliers. Ces derniers ont vu à juste titre un bon moyen de faciliter leurs modes de réservation.

Que le client puisse effectuer une réservation simple et rapide, même à la dernière minute, est un enjeu majeur pour les hôteliers. Aujourd'hui, la majorité des réservations se font par internet, sur les sites des établissements, des groupes, ou des agences en ligne. "Dans cinq ans, prophétise **Frédéric Adda**, directeur des opérations e-commerce du groupe Accor, le trafic sur le web mobile va dépasser celui du web classique." Si le phénomène est en plein essor, il est difficile de se faire connaître sur ce marché foisonnant. L'App Store d'Apple recense pas moins de 300 000 applications, par exemple. Et ce n'est pas la seule plateforme. Android, Blackberry ou Windows Mobile, ont les leurs propres. "Le système est tellement touffu que certaines applications ne durent que quatre mois", confie un responsable de Sentinelo, société spécialisée dans la communication web mobile.

Du côté des hôteliers, Louvre Hôtels a été l'un des premiers à lancer une application sur iPhone en 2008, suivi par Accor. Les essais ont été faits en partenariat avec Apple. Depuis, les groupes hôteliers multiplient les moyens d'attirer les clients mobile vers leurs hôtels, tel IHG, qui propose plusieurs formes de réservations adaptées à ce support : un site web mobile, une application spécifique pour la carte de fidélité Priority Club et un guide 'concierge' siglé InterContinental pour trouver tous les bons coins autour de



Icône de l'application Hotel-Foryou de Louvre Hotels.

l'hôtel. Certaines chaînes volontaires comme la Société européenne d'hôtellerie (ex-Inter Hotel) ont suivi le mouvement, en développant leurs propres applications pour iPhone. D'autres, comme Best Western, préfèrent utiliser les applications de sites internationaux de réservations et ne renvoyer vers leur propre site que pour la réservation finale.

Des applications sur mesure

Aujourd'hui, des solutions sont même proposées aux indépendants : la société WebCom propose ainsi aux hôteliers de créer leur propre application sur l'App Store, Android Market et Blackberry App World. "Nous proposons une configuration rapide et ludique, ergonomique et intuitive", précise son directeur **David Robin**. Pour lui, l'important est d'être présent, sur le marché du mobile avec son application sur mesure, proposant géolocalisation, meilleur tarif disponible, vidéos, "surtout présent avant les autres". Pour obtenir une meilleure visibilité de l'hôtel, WebCom utilise tous les leviers technologiques d'internet : Facebook, Twitter, blog, référencement naturel... À ce jour, seuls une poignée d'hôtels indépendants sont proposés dans l'App Store.

Les investissements pour une application intégrant un système de réservation sont peu élevés (entre 6 000 € et 30 000 €) en fonction des éléments à intégrer dans l'application. Accor a fait évoluer plusieurs fois la sienne en investissant environ 100 000 €. Elle permet, d'effectuer une réservation, de localiser l'hôtel, d'avoir un itinéraire, de proposer la carte de fidélité du groupe. Chez IHG, l'application Priority Club Rewards (PCR) est spécifiquement destinée aux adhérents

au programme de fidélité. Starwood ou Hilton en ont fait de même.

Au-delà de leur intérêt immédiat, les applications accroissent le chiffre d'affaires. Accor est passé de 8 000 nuitées réservées via son application smartphone en 2009 à 100 000 en 2010 et projette 260 000 nuitées en 2011. Louvre Hotels, "dont le système a été lancé en 2008, affiche à ce jour 2 M€ de chiffre d'affaires et 2 500 réservations par mois", assure **Thierry Guiraudios**, vice-président des systèmes d'information du groupe. Les fournisseurs de logiciels comme Sentinelo se rémunèrent principalement avec des commissions sur les réservations, mais "beaucoup moins chers que les agences en ligne", déclare-t-on chez Sentinelo. Apple, de son côté, demande un droit d'entrée d'environ 100 € pour figurer dans son App Store et "se rémunère sur la notoriété des marques", précise-t-on chez Accor.

Au-delà des réservations, c'est tout un système de pré-commande, la gestion des check in et check out, des services de conciergerie qui sont en jeu. Tout en autonomisant son possesseur, le smartphone octroie des gains de temps considérables, un bien rare pour des hommes d'affaires toujours pressés. ■



© THINSTOCK

COUP DE PATES®

DÉCOUVREZ NOTRE NOUVEAU CATALOGUE
COLLECTION PRINTEMPS ÉTÉ N° 42



CATALOGUE GRATUIT
Disponible sur simple demande

Avec cette nouvelle collection COUP DE PATES® N°42, riche de 1299 produits, nous vous proposons une présentation organisée autour de 8 grandes familles de produits, facilement consultables par l'ajout d'onglets "répertoire" qui en facilitent l'utilisation, une offre complète et exclusive de produits semi-finis et finis de qualité, sûrs, de bon goût et faciles à mettre en œuvre.

www.coupedepates.fr



Les Amis des Artisans

COUP DE PATES® S.A.S.
Boulevard de Beaubourg - BP 22
Parc d'Activités de Pariest
77313 MARNE-LA-VALLÉE Cedex 2

Hostellerie de Plaisance à Saint-Émilion (33)

Philippe Etchebest : Cauchemar en

Le chef doublement étoilé de l'Hostellerie de Plaisance à Saint-Émilion débarque sur M6 le lundi 18 avril à 20 h 45. Dans Cauchemar en cuisine, Philippe Etchebest met ses compétences au service de ceux qui en ont besoin, de collègues qui traversent une passe difficile. Il le fait avec franchise, dynamisme et beaucoup de cœur. Rencontre avec la prochaine coqueluche du grand public.

Propos recueillis par Nadine Lemoine

L'Hôtellerie Restauration : S'il ne fallait retenir qu'un plat parmi vos créations ?

Philippe Etchebest : L'Œuf poché basse température, topi-nambour, tobiko wasabi, crumble et mousse de lait parmesan avec tartine de jabugo. J'ai choisi celui dont on me parle le plus parce qu'il surprend.

Le plat que vous auriez aimé inventer ?

La Tatin, le saint-honoré ou l'île flottante : je suis très dessert. C'est la note finale, la gourmandise, et c'est aussi l'interdit.

Le repas le plus éblouissant ?

Mes parents, qui ne roulaient pas sur l'or - mon père était chef -, m'ont emmené chez **Paul Bocuse** lorsque j'avais 12 ans. J'ai encore le souvenir de la soupe VGE. En 1989, j'ai gagné un repas chez **Joël Robuchon** à Paris en remportant le concours Minervois jeune cuisine. Je me souviens encore d'un turban de spaghetti aux langoustines, un classique dont on ne se lasse pas. Et la première fois que j'ai dîné chez **Pierre Gagnaire**, j'ai pris une droite !



Philippe Etchebest a enregistré les deux premières émissions inspirées du programme lancé par le chef anglais Gordon Ramsay.



Philippe Etchebest : "Aime ton métier, fais-le à fond cinq jours par semaine et consacre les deux jours restants à ceux que tu aimes !"

À l'étranger ?

Quand je suis allé à Tokyo, j'ai voulu voir quelle était la différence entre le sushi qu'on mange en France et celui d'un 2 étoiles *Michelin* au Japon. Je suis allé au Kanesaka. La pureté des poissons, la saveur du foie de cabillaud ou des vrais œufs de saumon... c'était remarquable. Le chef **Tacao Ishiyama**, à qui l'on venait d'expliquer que j'étais un chef étoilé français, m'a dit qu'il était honoré de me recevoir. Mais, en réalité, c'est moi qui étais honoré. Ce respect, cette humilité m'ont ému. On prend une leçon.

Ce qui vous agace le plus ?

L'injustice, le mépris et le mensonge. L'ego surdimensionné de certains aussi. Ce n'est ni ma culture ni mon tempérament.

cuisine, pas dans l'assiette

Le plus beau compliment ?

On me dit souvent que ma cuisine est féminine et sensuelle, ou qu'avec mon physique, on s'attend à une cuisine plus tournée vers le terroir, plus rustique. Finalement, ce décalage crée un effet de surprise qui décuple les sensations.



sine valait 2 étoiles et la deuxième étoile est arrivée tout de suite après.

Le secret de la réussite ?

L'équilibre et la ténacité. Il ne faut rien lâcher. Aime ton métier, fais-le à fond cinq jours par semaine et consacre les deux jours restants à ceux que tu aimes !

La critique qui vous a le plus marqué ?

Honnêtement, dans les journaux, je ne me souviens pas de mauvaises critiques. Les blogs ? Je ne les lis pas. Ça ne m'intéresse pas. C'est l'avis de mon épouse, **Dominique**, qui compte. J'ai tendance à m'éparpiller, à faire beaucoup de choses parce qu'il m'est difficile de dire non. Dominique m'a aidé à me recentrer sur l'essentiel, à faire des choix et à préserver aussi notre vie familiale. Sur la cuisine elle-même, je sais quand je suis bon ou pas. J'ai su quand ma cuie-

Votre plus grand rêve ?

J'ai toujours rêvé de voler, d'aller dans l'espace, de voir l'infini. Au fond, le plus important pour moi, c'est d'être un bon mari et un bon père pendant encore très longtemps. ■

HOSTELLERIE DE PLAISANCE

5 PLACE DU CLOCHER · 33330 SAINT-ÉMILION

TÉL. : 05 57 55 07 55

WWW.HOSTELLERIEDEPLAISANCE.COM

La salle de restaurant.



Recettes proposées par Philippe Etchebest

- Foie gras poêlé aux dattes p. 82-83
- Cèpe en croque au sel, huître, noisette torréfiée, roquette, pomme granny, vinaigrette balsamique, huile de noisette p. 84-85
- Enrubannée de langoustines au caviar d'Aquitaine p. 86-87

En dates

2 décembre 1966

Naissance à Soissons (02)

Septembre 1986

Premier match de rugby à Bègles, en équipe première, contre Brive-la-Gaillarde. "C'était rude et on a perdu".

Octobre 1994

Rencontre de **Dominique** sur le marché Victor Hugo à Toulouse

Février 1995

Première place de chef au Grand Barrail à Saint-Émilion (33)

12 septembre 1998

Mariage avec Dominique "entre deux services".

Mai 2000

Obtention du titre Un des Meilleurs ouvriers de France

8 novembre 2004 :

"Le boxeur **Mahyar Monshipour** conserve son titre à Bercy. Il me permet de porter sa ceinture de champion du monde sur le ring".

Janvier 2005 :

"Nous allons chercher **Oscar** à Pachuca, au Mexique".

Mars 2008 :

2^e étoile Michelin

18 avril 2011 :

Diffusion de la première émission Cauchemar en cuisine sur M6.

L'Hôtellerie de Plaisance à Saint-Émilion, propriété de Chantal et Gérard Perse.

CAPIC
Constructeur depuis 1955
d'équipements de grande cuisine

La cuisson
est notre passion

CAPIC Quimper - Tél 02 98 64 77 00 - www.capic-fr.com

Foie gras poêlé aux dattes



Philippe Etchebest, Hostellerie de Plaisance à Saint-Émilion (33)

Ingrédients pour 10 personnes

10 escalopes de foie gras de 80 g
2 carcasses de canard
2 navets daïkon
200 g de jus d'orange
100 g de jus de pomelos
50 g de jus de citron jaune
50 g de citron vert
2 dl de fond blanc
2 dl de fond de veau
100 ml de vin blanc
1 pochon de vinaigre de Xérès
1/2 carotte
1 échalote
1 bouquet garni
PM purée de dattes
PM dragées aux amandes
PM citron confit
PM estragon

Progression

- Blanchir à 3/4 cuisson les daïkons. Les tailler en cylindres.
- Faire un jus de canard avec les carcasses, la garniture taillée très fine et en mouillant très court. Rôtir les carcasses au four, déglacer au vinaigre de Xérès, laisser réduire.
- Déglacer au vin blanc, réduire à sec.
- Mouiller ensuite avec le fond de veau et le fond blanc.
- Réduire de 3/4 et passer.

Glaçage aux agrumes

- Mettre à réduire tous les jus d'agrumes avec 100 g de fonds, jusqu'à consistance presque sirupeuse. Passer à l'étamine.

Dressage

- Poêler les escalopes de foie gras, déposer dessus une fine couche de purée de dattes sur toute la surface puis parsemer de citron confit, et estragon haché.
- Glacer les daïkons dans le jus d'agrumes. Saupoudrer de poudre d'orange.
- Dresser dans l'assiette et saucer autour.

BONNET

PRECISIO & EQUATOR

FOURS MIXTES
NOUVELLE GÉNÉRATION

24 MODÈLES
POUR RÉPONDRE
À TOUS VOS BESOINS

Simplicité & Fiabilité

www.bonnet.fr Tél : + 33(0)1 60 93 70 00

Cèpe en croque sel

Huître, noisettes torréfiées, vinaigrette balsamique, huile de noisette



roquette, pomme granny,

Philippe Etchebest, Hostellerie de Plaisance à Saint-Émilion (33)

Ingrédients pour 4 personnes

4 huîtres Gillardeau
2 cèpes bien fermes
Roquette
½ pomme Granny Smith
Copeaux de parmesan
Vinaigrette balsamique
Huile de noixette
30 g de noixettes torréfiées coupées en 4
Fleur de merlot et de shiso pourpre
Spaghetti

Progression

- Ouvrir les huîtres, et les couper en morceaux. Garder au frigo.
- Nettoyer les cèpes, couper les pieds en brunoise et les têtes en lamelles.
- Tailler la 1/2 pomme en brunoise.
- Faire cuire les spaghetti au four à 220°C pendant 2 à 3 min.

Dressage

- Mélanger la brunoise de cèpe à la brunoise de pomme verte, assaisonner avec la vinaigrette balsamique et l'huile de noixette.
- Mettre le mélange dans un cercle au milieu de l'assiette, y ajouter les noixettes, les huîtres coupées en morceaux.
- Placer la roquette assaisonnée à la vinaigrette balsamique, puis planter trois spaghetti. Ensuite les trois bâtonnets de pomme verte, les copeaux de parmesan, les lamelles de cèpes, ainsi que la fleur de merlot et le shiso pourpre.
- Placer le cercle au milieu de l'assiette et démouler.



BONNET

PRECISIO

FOURS MIXTES

Avec Precisio, offrez-vous le seul four mixte intégrant les technologies FastPad® et TwinControl®

Simplicité **Fiabilité**



www.bonnet.fr Tél : + 33(0)1 60 93 70 00

Enrubannée de langoustines au caviar



d'Aquitaine

Philippe Etchebest, Hostellerie de Plaisance à Saint-Émilion (33)

Pour 4 personnes

Enrubannée de langoustines

100 g de spaghetti
50 g de farce de poisson
8 queues de langoustines
2 gousses d'ail, 50 g de beurre, fleur de thym

Pour la sauce

8 têtes de langoustines, 2 feuilles de laurier, 1 branche de thym,
2 clous de girofle, 1 oignon, 25 cl de vin blanc, 25 cl d'eau,
10 grains de poivre, 10 cl de crème fleurette, 1/2 jus de citron,
1 trait de vodka

Pour la garniture

300 g de concombre, cumin, 30 g de beurre

Finition

40 g de caviar, zestes de citron vert

Progression

- Cuire les spaghettis. Beurrer les moules et les chemiser avec les spaghettis. Masquer ensuite chaque moule avec une fine couche de farce de poisson.
- Décortiquer les langoustines, les assaisonner avec l'ail préalablement écrasé et revenu au beurre, avec la fleur de thym et les disposer dans les moules.
- Recouvrir de farce et réserver. Faire revenir les têtes de langoustines à l'huile d'olive avec l'oignon ciselé. Déglacer au vin blanc, laisser réduire.
- Ajouter l'eau, les feuilles de laurier, le thym, les clous de girofle et le poivre en grain, infuser et passer.
- Réduire ce jus de 3/4. Crémer, assaisonner et ajouter une pointe de jus de citron et de vodka.
- Tailler en julienne le concombre. Revenir au beurre et assaisonner avec le cumin.
- Mettre la julienne de concombre au fond de l'assiette.
- Disposer la dariole de langoustine dessus. Ajouter le caviar.
- Émulsionner la sauce, récupérer la mousse et saucer.
- Finir avec un zeste de citron vert.

Au moment du café, vous jouez votre réputation

Toutes les études le montrent...
un **produit d'accompagnement**
en bord de tasse valorise votre café

NOUVEAU

L'été,
fidélisez votre clientèle
avec une **offre diversifiée** :
l'assortiment de biscuits et spécialités...

- un seul carton
de 5 gourmandises panachées
- une offre idéale l'été, en terrasse



Amaretti, Galet de Quimper, Mini Cookie, Petit Beurre, Nougat



GLACES ET PÂTISSERIES

MOBILIER, LUMINAIRE ET LITERIE

RÉSERVATIONS EN LIGNE

FORMATION

Comment bien gérer sa carte des desserts ?

Par Bernard Boutboul, Gira Conseil  et auteur du Blog des Experts 'Idées simples pour doper les recettes de votre restaurant' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Dans quels types de restaurants est-il pertinent d'avoir une carte des desserts spécifique ? Si c'est cette option qui est choisie, conseillez-vous d'y intégrer les desserts déjà proposés dans la carte initiale ?

De manière générale, une carte des desserts isolée de la carte principale fait vendre beaucoup plus. Tout simplement parce que le fait de présenter un nouveau support en fin de repas attire davantage l'attention. Il est clair qu'un support supplémentaire a un coût et nécessite un stockage en plus mais les restaurateurs ont tout intérêt à disposer de ces deux supports. En dessous de 25 € TTC de ticket moyen, il y a peu d'intérêt à avoir deux cartes. En revanche, au-dessus de 50 € de ticket moyen, le 2^e support mérite d'être présenté en même temps que la carte principale, en début de repas, pour les desserts à commander à l'avance. Et si le choix n'est pas fait, le restaurateur peut laisser la carte des desserts aux clients pour qu'ils prennent leur temps. S'il y a une carte des desserts spécifique, c'est pour vendre plus mais aussi pour gagner de la place sur la carte principale afin qu'elle soit plus aérée et plus lisible. Il ne faut donc pas reprendre les desserts sur la carte.

Vous recommandez plutôt une gamme de desserts réduite ou élargie ? Quels critères doivent guider le choix du restaurateur ?

De façon générale, la tendance aujourd'hui est aux gammes courtes avec une rotation régulière. De plus, 80 % du chiffre d'affaires des desserts en France s'effectue avec les 4 ou 5 mêmes desserts (crème brûlée, île flottante, mousse au chocolat...). Les Français veulent du choix mais restent très classiques dans leur consommation. Il faut donc une carte des desserts courte avec les grands classiques et faire des animations en fonction de saisons (la fraise dans tous

ses états, le melon tout le repas...). Les critères qui doivent guider les restaurateurs sont les goûts des clients, le dessert spectaculaire pouvant déclencher l'acte d'achat aux autres tables et la rentabilité par le volume plutôt que par la marge en valeur relative.



Indépendamment du coût d'achat ou du coût de fabrication, y a-t-il un rapport usuel comparé au prix des entrées et des plats ?

La logique voudrait que les desserts soient moins chers que les entrées. Il y a une technique très simple pour vérifier si sa carte est bien tarifée. Il s'agit du calcul du ticket moyen théorique comparé au ticket moyen réel. Faites la somme de tous les prix de vente de tous vos plats, excluez-en les entrées, les desserts, les boissons et les menus. Vous divisez le nombre trouvé par le nombre de plats dont vous vous êtes servis pour faire la somme. Cela vous donne tout simplement ce que l'on appelle le 'prix moyen plat offert'. Vous multipliez ce résultat par 2, et vous obtenez ce que l'on appelle votre ticket moyen théorique TTC boissons comprises. Il ne vous reste plus qu'à le comparer à votre ticket moyen réel. Si les deux sont très proches, bravo ! Si le ticket moyen théorique est inférieur à votre ticket moyen réel, un grand bravo de plus, vos clients sont en confiance et vous pouvez même augmenter doucement vos prix, ils vous suivront. En revanche, si le ticket moyen théorique est supérieur à votre

ticket moyen réel, il y a un gros souci dans votre positionnement. Il y a fort à parier que votre chiffre d'affaires se tasse à cause d'un nombre de couverts qui régresse, et là il faut agir vite... très vite.

Etes-vous un fan du café gourmand ?

Le café gourmand n'est pas récent, il a été mis en place au début des années 1990 sur le réseau La Criée. Nous avons mis en place ce café gourmand car nous nous étions aperçu que les ventes de desserts chutaient. Le café gourmand est la contraction du café et du dessert. Il est plus incitatif que de prendre un café + un dessert. En raison du prix, de l'équilibre alimentaire et des goûts : les Français apprécient davantage le sucré que leurs voisins européens. Il faudrait aller encore plus loin en créant une carte des cafés gourmands avec des thèmes ou produits dominants différents. Nous avons mis en place cela chez quelques clients, et le résultat est surprenant : + 30 % de cafés gourmands vendus et surtout une augmentation naturelle de la dépense moyenne liée tout simplement au plaisir sucré recherché par le client en fin de repas.

Le fait maison est-il toujours autant vendeur et avez-vous une idée pour le mettre en valeur sur la carte ?

Oui, le fait maison est toujours aussi vendeur et le sera de plus en plus demain. Les consommateurs en ont assez de manger des desserts dans des restaurants qu'ils peuvent s'acheter à l'hyper du coin ou chez Picard 2 à 3 fois moins cher et parfois meilleurs ! Pour les mettre en valeur sur la carte, les restaurateurs devraient un peu plus jouer sur la tendance du moment : les Français ont envie d'apprendre ou de réapprendre à cuisiner. Qu'ils mettent la recette avec quelques astuces du chef et ils verront très vite la réaction des clients.

GLACES
Nestlé
la Laitière



*Douceur, saveur et onctuosité
s'invitent à votre table*



*Deux nouvelles recettes emblématiques
du pays du berceau de la glace*

La crème glacée Panna,

*douce au bon goût de crème,
parfaite dans une coupe ou en accompagnement
de desserts.*

La crème glacée Stracciatella,

*avec des morceaux de chocolat croquants et généreux,
pour ravir les papilles des gourmands.*

Une nouveauté ultra-gourmande

*La crème glacée chocolat
éclats de noisettes*

*et sa sauce au chocolat fondante,
pour un véritable dessert plaisir.*



Le vrai bon goût des vraies bonnes choses

www.davigel.fr
N° Azur : 0 810 88 10 88
prix appel local

Davigel
Partenaire de votre réussite

De l'entrée au dessert, les glaces savent tout faire

Par Hélène Binet

Selon une étude Ipsos réalisée pour le Syndicat des fabricants industriels de glaces, sorbets et crèmes glacées (SFIG), 55% des Français jugent la glace comme un plaisir abordable en temps de crise, 65 % s'accordent à dire qu'elle est le dessert qu'ils préfèrent consommer en été, et 85 % estiment qu'il s'agit d'un dessert permettant de faire plaisir à tout le monde.

Avec l'été qui arrive, on en profite pour déguster crèmes glacées ou sorbets pour se désaltérer ou par simple gourmandise. Aujourd'hui, les glaces deviennent un élément clé des compositions sucrées qui séduisent les clients... En France, 362 millions de litres de glaces ont été vendus en 2009, soit en moyenne 6 litres par personne, pour un chiffre d'affaires de 1,047 milliard d'euros. 70 % d'entre elles ont été consommées à la maison et 30 % hors domicile. La vanille est le parfum préféré des Français, suivi par le chocolat et la fraise. Mais quelles différences fait-on entre le sorbet, la crème glacée et la glace ? Un sorbet est un mélange d'eau et de sucre dans lequel aucune matière grasse n'est ajoutée et qui contient au minimum 25 % de fruits et/ou de légumes. Une glace est un mélange de protéines (laitières, végétales et/ou d'œuf), de matières grasses (laitières, végétales et/ou d'œuf) et de sucre. Elle peut ensuite revêtir différentes formes (glace au lait, aux œufs...) dont les compositions varient. Quant à la crème glacée, elle est le résultat de l'association de matières grasses et de protéines exclusivement laitières, d'œuf et de sucre. Elle contient au minimum 5 % de matières grasses laitières.

Les nouvelles tendances

La plupart du temps servie en dessert, la glace peut aussi être l'occasion d'autres



Idée de plat principal : Tartare de bœuf avec une boule de crème glacée au Cognac VSOP.



Idée de cocktail : Blue Lagoon avec sorbet Lemon & Lime.

nales et raffinées. La nouvelle identité graphique du glacier suisse donne le ton. L'année 2011 sera placée sous le signe de la perfection et du raffinement et les 34 références de la marque offrent des perspectives à la restauration haut de gamme : dans le carnet de recettes signé Mö-

venpick par exemple, "l'ADN de la marque a toujours été le partenariat avec les chefs. Il s'agit en effet de proposer la glace comme un ingrédient à part entière et, que celui-ci suscite la créativité. De plus, on utilise beaucoup de sucré/salé, et des contrastes chaud/froid en cuisine." Vanille bourbon, sorbet citron, crème glacée banane, ou, plus surprenant, vinaigre balsamique, basilic... cette multitude de parfums permet aux professionnels d'offrir à leur carte une diversité de recettes origi-

venpick, on retrouve des boissons alcoolisées telles que le Blue Lagoon, le mojito... mais aussi la Crème topinambour avec une glace amaretto en entrée, ou un Tartare de bœuf avec une crème glacée Cognac VSOP en plat principal. De l'amuse-bouche au dessert, les idées ne manquent pas !

Nouveauté 2011 : sorbet cassis & crème Mövenpick.



Nouveauté 2011 : Grand-Marnier Mövenpick.

Parmi les innovations 2011 :

- la crème glacée double mix (sorbets cassis & crème ou noix de coco & chocolat suisse) ;
- les parfums alcoolisés (amaretto & almonds et Grand-Marnier).

RETROUVEZ LA
Mousse
gourmande

DANS NOTRE CARNET
DE RECETTES



DEMANDEZ LE AU

N°Azur 0 810 38 48 58

PRIX APPEL LOCAL POUR LA FRANCE

yoplait

IDÉE RECETTE

Mousse gourmande

POUR CETTE RECETTE,
J'AI BESOIN DE :



Mousse
au chocolat lait

INGRÉDIENTS

Pour 1 portion

- 70 g de mousse au chocolat lait
- 3 petites meringues

PRÉPARATION

Mettre une première couche de mousse au chocolat lait. Casser deux meringues et disposer les bouts sur la mousse. Garnir d'une deuxième couche de mousse. Déposer la troisième meringue sur le dessus.



PLAISIR N°2

Fondez pour nos desserts au chocolat

Simple d'utilisation, ils seront les alliés incontournables pour la réalisation de vos desserts chocolatés et l'expression de votre créativité. Le Chef, c'est vous !



MOUSSE CHOCOLAT NOIR
Seau de 2,5 litres - 15 à 20 portions
Seau de 5 litres - 30 à 40 portions



MARQUISE AU CHOCOLAT
Barquette de 1 kg
10 à 12 portions



MOUSSE CHOCOLAT LAIT
Seau de 2,5 litres - 15 à 20 portions
Seau de 5 litres - 30 à 40 portions

CRÈME ANGLAISE UHT
Brique de 1 litre



POUR AGRÉMENTER
VOS DESSERTS

La gamme desserts frais prêts à l'emploi Yoplait Restauration

Pas de fonte des glaces pour Miko

Par Tiphaine Campet, Art et Cuisine et auteur du Blog des Experts 'Recettes artistiques et présentations insolites' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Malgré une météo moins clémente qu'en 2009 et un contexte économique morose, Unilever (Miko) a su maintenir le volume de ses ventes sur un marché pourtant en recul en 2010. Représentant 70 % des ventes de glaces en RHF, le bac/vrac a connu une hausse de 1,88 % en 2010. Cette croissance s'appuie sur des marques fortes telles que Carte d'Or, leader du bac/vrac, ou Ben & Jerry's, qui poursuit son envol, notamment avec le lancement de Fairly Nuts (crème glacée caramel avec sauce caramel et pépites d'amandes). À présent disponibles en 3 formats (4,5 litres, 500 ml et 150 ml pour les individuels), les glaces Ben & Jerry's affichent une hausse de 8,2 % de leurs ventes.



Ben & Jerry's Fairly Nuts Max Havelaar.

Magnum confirme également sa progression en affichant une croissance de 2,7 %, grâce à ses innovations telles que Magnum Gold ou Magnum Moments, un format qui a séduit les amateurs de cafés gourmands dans la restaura-

tion commerciale.

Cornetto s'impose comme leader sur le segment des cônes, grâce au lancement de la gamme Enigma.

Dans le circuit très concurrentiel de la restauration commerciale, Unilever a conservé sa position de leader. Cette performance s'explique par la mise en place d'un plan d'activation soutenu tout au long de l'année



Cornetto Enigma pistache.

et par une politique d'innovation répondant aux besoins spécifiques de la restauration. Cette année, le groupe se concentrera sur :

- une activation dynamique, avec des moyens adaptés au circuit : outils de visibilité, vaisselle qualitative, argumentaires produits, recettes et conseils pour réaliser une carte des desserts/glaces... ;
- le segment de la restauration italienne, la gamme Carte d'or inspirée de nos voisins transalpins devant continuer à conquérir sa cible ;
- la promotion d'un usage multiple et diversifié de la glace : en associant sucré et salé, intégré à une formule déjeuner, ou pour accompagner un café gourmand (via une boule de glace ou un Magnum Moments) ; Lire la suite de l'article en tapant le mot-clé **RTR213732** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Boncolac sort les bâtonnets Cars de chez Disney

Dans la gamme glacée RHF de Maison Boncolac, 14 références ludiques, gourmandes et originales sont à découvrir. Avec deux marques phare - Oasis et Disney -, cette année, une nouveauté fait son

apparition : les bâtonnets Cars de chez Disney, à l'occasion de la sortie au cinéma du 2^e volet du film. Ils sont conditionnés en boîtes de 16 bâtonnets de 60 ml et leurs parfums sont vanille, fraise et chocolat.



WWW.MAISON-BONCOLAC.FR

Une nouvelle gamme de mignardises pour Brioche Pasquier

Brioche Pasquier propose deux gammes de macarons et petits fours. Les Incontournables, c'est le raffinement de la pâtisserie française avec des petits fours et des plateaux de macarons aux parfums classiques. Et Collection :

une déclinaison innovante avec des parfums de macarons 'tendance' et des petits fours aux textures et aux formes surprenantes. Brioche Pasquier a acquis un savoir-faire dans la confection des mignardises suite au rachat de la société Symphonie en 2006. Désormais, les gammes de petits fours et de macarons sont vendues aux couleurs et sous la marque de Brioche Pasquier. Une signature qui traduit les valeurs de l'entreprise : tradition et innovation.

TÉL. : 02 41 29 54 58

WWW.BRIOCHEPASQUIER-PRO.COM



Carigel lance sa marque de glaces Sunéo

Carigel lance sa marque de glaces sur les marchés du plein air et de la restauration. Sunéo est positionnée comme une alternative véhiculant une image jeune et tendance pour créer l'envie. 26 références composent l'offre plein air avec, en exclusivité nationale, les premiers cornets de glace artisanale élaborés avec 100 % d'ingrédients d'origine naturelle. Pour les enfants, les glaces à l'eau sont élaborées à partir de jus de fruits et garanties sans colorant ni arôme artificiel. Depuis cette année, le SunRoll, un bâtonnet géant au jus de fruits 4 parfums, est venu compléter cette offre. La gamme restauration se compose de 15 parfums de bacs de crèmes gla-

cées et de sorbets avec morceaux, pour encore plus de gourmandise, et de 12 spécialités glacées haut de gamme.



TÉL. : 04 74 58 98 98

Debic le Tiramisù proche du 'fait maison'

Le Tiramisù Debic est un appareil prêt à foisonner, idéal pour réaliser facilement et rapidement un véritable tiramisù traditionnel. Une authentique recette italienne d'une texture crémeuse, avec 55 % de mascarpone. Les chefs peuvent également préparer d'autres recettes créatives et originales au mascarpone. La préparation résiste à l'ajout de fruits et d'alcool...



WWW.DEBIC.FR



Glaces & sorbets

côté

Glacé

www.maison-boncolac.fr

2 0 1 1

Maison Boncolac :
votre partenaire glaces plein air 2011
vous propose 3 nouveautés



Magic Pouss

80 ml x 4
Vanille avec brisures de bonbons multicolores
Code : 3907



Bâtonnets Cars

60 ml x 16
Vanille, Fraise, Chocolat
Code : 4144



Magic Cup

80 ml x 6
Vanille avec brisures de bonbons multicolores
Décor : billes colorées de céréales soufflées
Code : 4113



Et toujours notre gamme de sorbets aux fruits, légère, ludique et rafraîchissante !

MAISON BONCOLAC S.A.S - 183, avenue des États-Unis - 31018 Toulouse cedex 2 - France
Tél : +33 (0)5 61 13 52 40 - Fax : +33 (0)5 61 47 61 65

© MAISON BONCOLAC 2011. Maison Boncolac - Crédits photos © Disney - © Disney/France

Le nouveau topping tendance de l'été de **Rians** Restauration

La confiture de lait vient apporter sa touche de douceur et de gourmandise à la famille des toppings de glaces. Ce nouveau nappage appelé Dulce de Leche en Argentine a le bon goût du caramel au lait. La confiture de lait se marie avec de nombreux parfums de glaces (vanille, chocolat, nougat, ...) et de sorbets (pomme, poire,...). C'est un irrésistible topping aux ingrédients 100 % naturels qui arrive chez les restaurateurs pour intégrer leurs cartes de glaces. Sa texture fluide et son bouchon doseur permettent une utilisation très facile pour un résultat esthétique et gourmand.



WWW.RIANS-RESTAURATION.COM

Les Trendy Shells Chocolat, des fonds de tarte tendance

Pidy, toujours soucieux de proposer des solutions innovantes aux professionnels de la boulangerie-pâtisserie, signe 3 nouvelles formes détonantes de fonds de tarte prêts à garnir au chocolat : les Trendy Shells carrés, ronds ou triangulaires. Leur pâte sablée au chocolat offre une base idéale pour les préparations sucrées. Les chefs n'ont plus qu'à faire parler leur créativité. Côté pratique, plusieurs heures après son garnissage, la pâte reste croustillante. Les fonds de tarte peuvent être surgelés. Pidy décline également les Trendy Shells en version nature, au beurre, ainsi qu'en version neutre, pour des préparations salées ou sucrées, avec une pâte à base de matières grasses végétales. Conditionnement : boîte refermable de 36 pièces en cash & carry ou boîte en vrac de 96 pièces.

WWW.PIDY.COM



Nouveautés glacées chez **La Laitière**

La Laitière propose deux nouvelles recettes : la crème glacée Panama, douce et au bon goût de crème, parfaite dans une coupe ou en accompagnement et la crème glacée Stracciatella, avec des morceaux de chocolat croquants et généreux. Toujours dans les nouveautés : la crème glacée chocolat éclats de noisettes et sa sauce au chocolat fondante, pour un dessert plaisir.

N° AZUR : 0 810 88 10 88 (PRIX APPEL LOCAL)

WWW.DAVIGEL.FR



brioche Pasquier **NOUVEAU**

www.briochepasquier-pro.com

site internet dédié
aux professionnels de la restauration

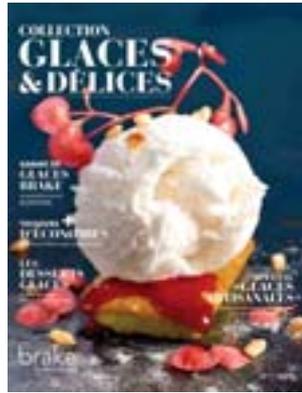
kifaikoi.com

Pour vos achats en glaces et pâtisseries,
vous pouvez vous fournir auprès de :

Cafés Richard : www.richard.fr • Ferrero France : www.ferrero.fr • Laiteries Triballat SA : www.rians.com • OMCG - Toque d'Azur : www.omcg.mc • Valrhona : www.valrhona.com • Brake France Service : www.brake.fr • Brioches Pasquier : www.briochepasquier-pro.com • CLFS / Bongrain FoodService : www.elleetvire-pro.com • Club Restauration : www.club-restauration.com • Coup de Pâtes : www.coupdepates.fr • Danone France : www.danone.com • Davigel (Direction Nationale) : www.davigel.fr • Friesland Campina Professional : www.debic.com • HUG AG : www.hug-luzern.ch • Lotus Bakeries France : www.lotusbakeries.com • Maison Boncolac : www.maison-boncolac.fr • Martine Spécialités : www.martine-specialites.com • Monbana : www.monbana.com • Nestlé France : www.foodservices.nestle.fr • Pidy Gourmet : www.pidygourmet.com • Saveurs de France Brossard : www.brossard.fr • Unilever France : www.ubffoodsolutions.fr • Yoplait France SAS : www.yoplait.fr • Maître André : www.maitreandre.fr

Collection Glaces et Délices chez Brake

Hausse des températures assurée sur la carte avec de nouveaux parfums gourmands et de nouvelles idées de recettes. En jouant les associations pâtisseries et en détournant les classiques paris-brest, baba et autres, pourquoi ne pas ajouter une touche d'épicerie et de fruits à ses compositions ? Tout le métier d'un artisan glacier, la noblesse des ingrédients, la nouveauté des parfums, le goût du vrai sont dans le catalogue Brake... Naturelles, sans conservateur ni exhausteur de goût, les créations glacées Brake marient les savoir-faire de toujours au goût du jour. Gamme qualitative, large et variée, les crèmes glacées et sorbets Brake sont à des prix étudiés. Enfin, la nouvelle gamme Les Économies propose des parfums basiques en format maxi et au plus bas prix.



WWW.BRAKE.FR

La glace autrement par Glaces des Alpes

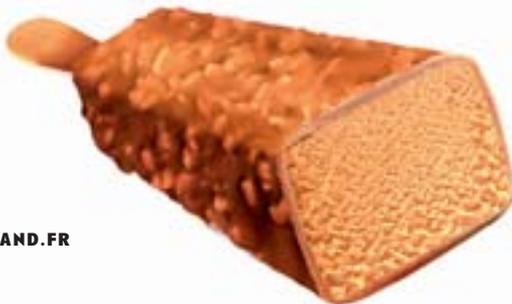


Finie l'offre traditionnelle de fin de repas : chocolat, vanille, framboise... Glaces des Alpes fait place à des produits d'exception qui racontent une histoire et réveillent la gourmandise : glace artisanale chocolat au cacao Valrhona, sorbet plein fruits fraise Sengana... Les saveurs artisanales sont à utiliser à bon escient et avec sa personnalité. Il faut oser les mélanges chaud-froid, sucré-salé (Pomme Calvados, Saumon fumé à l'aneth...), croquant-fondant qui surprendront les clients. Un choix de 170 parfums pour sélectionner les saveurs en accord avec sa cuisine. Servie seule ou dans le cadre d'une préparation spécifique, la glace reste un produit à forte valeur ajoutée qui permet de proposer de nouvelles idées et d'augmenter son chiffre d'affaires.

WWW.GLACESDESALPES.COM

Rolland lance le bâtonnet glacé Carambar Caramel

Cette année, Rolland R&R lance avec Carambar une nouveauté glacée fidèle à la recette - créée en 1954 - de la confiserie : le bâtonnet Carambar Caramel l'Original. L'adaptation glacée de la première confiserie Carambar 100 % caramel, séduira les plus jeunes et les puristes de la marque (adolescents et adultes) dans un format bâtonnet. Cette nouveauté sera soutenue par une promotion riche auprès du grand public : nouvel univers créatif encore plus sympathique 'les Carambarrés', nouvelle pub TV... Un conditionnement en caisse personnalisée facilite le transport des bâtonnets et met en valeur le nouvel univers 'les Carambarrés' dans les bacs des boulangeries, de la restauration rapide, de la VAE...



WWW.ROLLAND.FR

DU NOUVEAU
depuis
le 15 mars 2011 !



*se met
au beurre...*

STOP À LA MATIÈRE GRASSE DE PALME !

**PROTÉGEONS NOTRE SANTÉ
ET CELLE DE NOS ENFANTS**

**PROTÉGEONS LA NATURE
EN S'OPPOSANT À LA DÉFORESTATION**

youtube : CREPESDEFrance • www.crepes.com

Tél. 00 33 (0) 4 50 51 43 49

GLACES ET PÂTISSERIES

MOBILIER, LUMINAIRE ET LITERIE

RÉSERVATIONS EN LIGNE

FORMATION

Comment sélectionner son mobilier dans les salles de restaurant ?

Par Jean-Gabriel du Jaiflin, JGDJ Conseil et auteur du Blog des Experts 'Matériels et équipements en CHR : faire son choix' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Remplaçant les traditionnelles tables en bois nappées et fauteuils rembourrés, le design et les matériaux modernes PVC, polycarbonates, sont entrés dans nos salles. Ils offrent des possibilités d'ambiances multiples soit en restant discrets dans des installations authentiques, soit en s'affichant pour offrir un décor contemporain.

Une clientèle qui change

Chaque restaurant a sa propre identité, tant au niveau du concept que de l'ambiance. Cependant, il y a des points incontournables : le confort du meuble, une qualité de finition parfaite permettant un entretien aisé et assurant la pérennité du meuble. Enfin, de nombreux architectes d'intérieur ou décorateurs insistent sur le fait qu'un établissement doit être en mesure d'accueillir toutes les clientèles, soit jusqu'à 5 assises différentes sur les zones communes. Cela revient dans la salle du restaurant à mixer quatre ambiances avec des tables hautes et des tabourets, des tables classiques et des banquettes, des tables basses et des canapés. Cette dimension 'multiple' - que certains appellent intergénérationnelle - n'est pas nouvelle mais se confirme avec une clientèle vieillissante mais active, une plus grande prise en compte des handicaps, la recherche de confort par des clients dont la morphologie se transforme (souvent plus grands, plus corpulents), le souhait des parents d'amener leur jeunes enfants avec eux... La clientèle souhaite se sentir en sécurité mais libre avec des espaces multiples pour zapper en fonction de ses envies du moment. L'agencement de la salle doit également prendre en compte les nouvelles technologies, et pas seulement les retransmissions sportives ou la diffusion de musique.

Grands principes de conception des meubles de salle

Cinq grands principes font la différence



Même si l'univers de la décoration des salles de restaurant subit depuis quelques années de nombreuses mutations, le mobilier se doit toujours d'être solide, pratique et d'un entretien facile.

quels que soient la tendance et le style du restaurant. Ils se retrouvent dans la plupart des offres des fournisseurs.

La solidité : hors de question de recourir à des produits qui n'ont pas été conçus pour un usage intensif. On s'expose alors à bien des déconvenues, qui peuvent aller jusqu'à des problèmes de sécurité pour la clientèle. Le mobilier doit répondre à toutes les exigences liées aux établissements recevant du public (protection aux UV, non-feu, résistance)...

L'éco-conception : elle constitue le grand enjeu du siècle. Le recours à des produits et des pratiques plus respectueuses de l'environnement ne saurait être négligé. Il en va de la responsabilité de chacun d'intégrer ce critère parmi ceux qui prévalent à son choix.

Le bien-être : voilà une valeur qui monte avec les coins lounge et les ambiances cosy de nombreux établissements qui s'adaptent aux attitudes plus décontractées de la clientèle. La taille du mobilier doit s'adapter à toutes les morphologies et répondre à l'attente de toutes les

classes d'âge. Une clientèle plus jeune par exemple déjeunera volontiers sur des tables hautes ou dînera dans la partie lounge sur des tables basses, bien installée sur des coussins.

La personnalisation : pour répondre à une revendication légitime d'un restaurateur ou d'un hôtelier qui cherche à donner une identité à son établissement, c'est une des grandes tendances d'évolution du marché du design. De nombreux professionnels de la restauration - aidés par leur décorateur - sont à la recherche de moyennes séries dans l'offre industrielle d'ameublement, des produits standardisés mais répondant à leurs critères spécifiques.

L'adaptation à la fonction : il faut permettre le 'bien consommer'. Les postures sont différentes si l'on s'assoit sur une chaise, un tabouret, un sofa, ou une banquette et l'on s'y sentira plus ou moins à l'aise avec son assiette. La banquette se révèle souvent la mieux adaptée pour manger à table confortablement. Les brasseries renommées, ainsi que les grandes tables, l'ont bien compris. Le tabouret répondra mieux à une demande de restauration rapide.

Concernant les banquettes, nous avons rendu visite à un fabricant renommé de la Côte d'Azur : FBI (Fabrication de banquettes et installation) géré par ACV créations. C'est un créateur/designer qui fabrique, depuis plus de trente ans, à vos mesures, selon vos désirs et vos goûts, des banquettes haut de gamme. Tout est réalisé sur place, la structure métallique, les menuiseries de parement et les habillages qui sont principalement des tissus en skaï spécifiques. Des centaines de coloris et de finitions sont disponibles. Naturellement, tous ces matériaux sont conformes aux normes de sécurité en vigueur, classement au feu M1 (NFP 92503-BS 5852) et d'une résistance étendue pour une utilisation intensive.

TÉL. : 04 94 90 72 60

COMPLET



Pour afficher COMPLET, dites

OUI

à la couette

Nouveauté Elis!

Location et entretien de housses de couette
& Mise à disposition et entretien de couettes

DUO

Housse + Couette

Avec le DUO, dites :

- OUI à la maîtrise de votre budget
- OUI à un gain de confort et d'hygiène
- OUI à un protocole de change simplifié
- OUI à une clientèle plus nombreuse et fidèle !

Pour tout premier contact commercial :

 N°Azur 0 810 192 192

PRIX APPEL LOCAL

www.elis.com

En partenariat avec 



Comment choisir et gérer les matelas ?

Par Corinne Veyssière & Corinne Courtois, AGGH et auteurs du Blog des Experts 'Les gouvernantes et le service hôtelier' sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Quels critères retenir ?

- se référer à une marque connue avec des garanties ;
- le choix est très personnel et varie d'une personne à l'autre ;
- prendre plutôt une literie ferme pour l'hôtellerie ;
- un bon matelas doit soutenir correctement le corps mais également être souple pour épouser, sans s'affaisser, les courbes naturelles de la colonne vertébrale.

En résumé, un matelas ne doit être ni trop dur, ni trop mou. Le logo 'Belle literie' n'est pas une certification de qualité, mais un label délivré par le Syndicat français de la literie.

Matelas à ressorts

La qualité d'un matelas à ressorts se définit suivant le nombre de ressorts au mètre carré : plus il y a de ressorts, meilleure est la qualité.

C'est le matelas le plus répandu.

Il y a deux qualités en fonction des ressorts utilisés :

- Ressorts ensachés : chaque ressort est inclus dans une enveloppe fermée. Les ressorts bougent individuellement.
- Ressorts non ensachés : le plus connu est le ressort biconique Bonnel en forme de 'X'.

Il existe aussi les matelas à ressorts en fil continu tricoté.

Entre les ressorts et le coutil (tissu recouvrant le matelas), il y a différents compo-

sants, selon les fabricants : fibre synthétique, ouate, mousse, laine, coton.

Matelas mousse

Un matelas mousse est fabriqué avec des mousses de la famille du polyuréthane. La qualité du matelas dépend en grande partie de la densité de la mousse, exprimée en kilogramme par mètre cube.



Différents composants sont intercalés entre le bloc de mousse et le coutil pour un accueil plus moelleux.

Matelas latex

Un matelas en latex a un corps princi-

pal en latex, le plus généralement de synthèse.

Il comporte éventuellement des composants entre le bloc de latex et le coutil. Mais il existe des matelas qui se composent d'un bloc de latex inclus directement dans une enveloppe en coutil.

Matelas de laine

C'est un matelas traditionnel qui contient de la laine et du crin, il est de plus en plus réalisé sur commande pour des particuliers. Il assure un bon maintien du dos et une bonne hygiène grâce aux fibres naturelles en laine et crin. Il faut le faire carder régulièrement - tous les six ou sept ans environ - pour que la laine garde ses



qualités, car elle à tendance à se tasser. Lire la suite de l'article, et notamment les tableaux 'Synthèse des matelas', 'Analyse matelas' et 'Exploitation dans l'hôtel', avec le mot-clé RTR113503 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Betty, le canapé hôtellerie de Tessali



Comme tous les modèles Tessali, le canapé Betty

est équipé d'une mécanique conçue pour un usage en hôtellerie et donc très solide. Les dossiers de ce canapé au design actuel sont en plumes pour un plus grand confort à l'assise. Le modèle Betty existe en canapé ou en fauteuil avec plusieurs dimensions de literie. Entirement d houssable, il sera livré dans le tissu choisi par l'hôtelier, pour être intégré au décor de la chambre.

TÉL. : 01 64 28 22 72

TESSALI-DIFFUSION@WANADOO.FR

WWW.TESSALI.FR



Nouveau catalogue Mobilier Intérieur "Ambiance 2011"

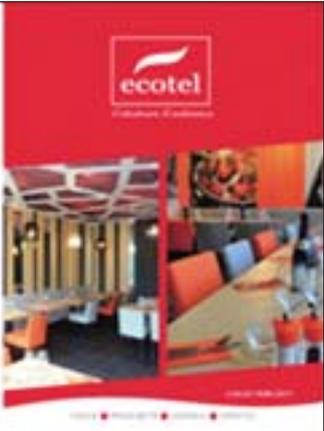
Une offre tendance déclinée sur 15 thèmes, avec plus de 270 références sur 64 pages.

Retrouvez des inspirations et réalisez vos projets d'équipement en toute sérénité.

Demandez notre catalogue général 2011

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





Rosenthal

sambonet®



Skin Flatware Sambonet
T.A.C. 02 Skin Porcelain Platin Rosenthal

NICOLAS ROUGET

Phone 01 47 66 22 22 • Fax 01 47 66 22 23 • Mobile 06 09 10 56 10
sambonet@rouget.fr

www.rosenthal.de
www.sambonet.com

Pour l'intérieur comme l'extérieur, le fauteuil Roll de **2imahl**



Chez 2imahl, mobilier et accessoires se déclinent dans toutes les couleurs et tous les matériaux comme en témoigne la nouvelle gamme de chaises et de fauteuils Roll. Son dos en polycarbonate et sa base en polypropylène assurent robustesse et résistance aux intempéries. Ses couleurs tendance lui ouvriront les portes de l'intérieur et sa haute résistance aux UV en fera un allié parfait pour la terrasse. Empilable pour un encombrement minimal, elle saura s'adapter à tous les besoins.

TÉL. : 04 97 028 028

WWW.2IMAHL.FR

Arena de **GO IN**, des chaises aux intempéries

Les nouvelles chaises et tables pliantes résistantes aux intempéries de la collection Arena de GO IN sont faciles à manier. Dépliées en un rien de temps, elles sont rangées tout aussi rapidement et prennent peu de place. Le piètement des meubles pliants légers, que GO IN propose à des prix très intéressants, est en acier galvanisé peint par poudrage, résistant aux intempéries, tout comme les chaises équipées d'un tissage polyester. Le tissage couleur rouge ou bleu contraste avec le piète-

De Kercoet, un talent de designer

De Kercoet met son savoir-faire au service des professionnels de l'hôtellerie et de la restauration pour l'agencement de leur établissement. Une équipe commerciale est à l'écoute afin d'étudier le projet, et d'y apporter les meilleures solutions. Un accès à l'intégralité du catalogue en cours est possible, avec un minimum de commande de 900 €. Les collections évoluent deux fois par an, s'enrichissant de produits de qualité répondant aux tendances actuelles. Sur devis, et sur quantité, De Kercoet met ses talents de designer à disposition pour développer une ligne de mobilier exclusive et siglée au nom de l'établissement.



TÉL. : 02 97 40 55 47

WWW.DEKERCOET.COM

Roland Vlaemynck sur le devant de la scène

Chez Roland Vlaemynck, toutes les collections intérieures et extérieures sont déclinées dans tous les matériaux actuellement disponibles sur le marché (polypropylène, teck, tressés, acier, aluminium, etc.). Très souvent personnalisables, elles offrent aux professionnels un large choix qui permet l'équipement complet de la terrasse (séparations, chauffage, jardinières...). Roland Vlaemynck s'adapte à tous les types d'environnement. Il est possible d'acquérir des modèles uniques (au niveau des tables par exemple, avec des combinaisons multiples entre piètements et plateaux). Enfin, Roland Vlaemynck offre des opportunités de personnalisation, à partir de très faibles quantités (qu'il s'agisse de coussins, parasols, stores, housses de matelas, bains de soleil...).



WWW.VLAEMYNCK.COM

tessali

Des canapés lits haute couture sur mesure

Spécialiste de la fabrication de canapés et fauteuils transformables en lits à usage quotidien et de lits d'appoint destinés aux hôtels et résidences hôtelières.

Un large choix de modèles ainsi qu'une personnalisation avec vos tissus permettent une intégration dans toutes vos chambres.



canapé lit BETTY
dossier confort plumes

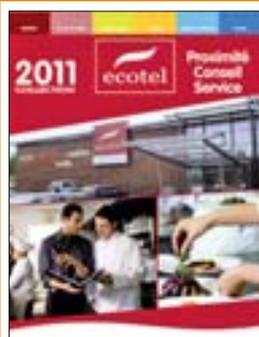
confortables et résistantes



ment de la chaise. Un tissage blanc est disponible en combinaison avec un piètement gris terre d'ombre. Le tissage confortable sèche rapidement.

TÉL. : 0820 85 00 80
INFO@GO-IN.FR
WWW.GO-IN.FR

Le catalogue **Ecotel** est enfin disponible



Avec plus de 8 000 références sur 512 pages, dont 1 400 nouveautés, le catalogue Ecotel est une mine d'idées, de la cuisine à la salle. Le coup de cœur d'Ecotel : les Ambiances by Ecotel, une sélection très tendance de produits arts de la table et de mobilier. Disponible dans tous les magasins Ecotel.

WWW.ECOTEL.FR

Somfy présente Glydea, la motorisation pour rideaux

Somfy présente un système innovant de motorisation de rideaux : Glydea. Silencieuse et invisible, la motorisation Glydea s'intègre dans tous les projets de décoration. Envie de lumière ou, a contrario, besoin de protéger son intimité ? Une pression sur la télécommande et les rideaux glissent en douceur. Idéal lorsque les rideaux sont hauts et lourds. Une seule télécommande permet de gérer tous les rideaux de la pièce ou de la maison, en même temps que d'autres automatismes tels les stores et les volets. La fonction 'Touch Motion' permet une ouverture ou une fermeture automatique du rideau grâce à un entraînement de la main.



WWW.SOMFY.FR



VEGA

Créateur d'Univers Tendance



Arts de la table, Linge de table, Buffet, Mobilier, Signalétique, Hôtellerie, Linge de lit, Cuisine, Luminaires, Décoration, Vêtements professionnels

Le nouveau catalogue VEGA 2011 est arrivé!



VEGA
Source n° 1 d'inspiration en vente à distance

Tél. **0821 23 03 53**

N° Indigo 0,12 €/min depuis un poste fixe

www.vega-fr.com

Galaxy d'Euresco, une table de réunion avec plateau en acrylique



La table de réunion Galaxy comporte un plateau en acrylique. Ses formes et ses dimensions sont quasi libres. Pour les grandes dimensions, les raccords entre les plaques sont invisibles à l'œil nu. Très résistante aux rayures, l'acrylique se perce, se découpe, et résiste aux plus fortes contraintes de température et de pression, tout en présentant un aspect lisse, agréable au toucher. L'acrylique existe en plusieurs finitions : opaque, translucide, mat ou satiné. L'entretien est facile, à l'eau savonneuse ou au produit lave-vitres avec alcool et eau de javel.

WWW.EURESCO.FR

GFL toujours à la recherche de l'innovation

Fort de son savoir-faire haut de gamme, GFL travaille de nouvelles matières pour améliorer la qualité de ses produits et la proposition confort faite à l'utilisateur. La société utilise largement les nouvelles technologies et la recherche industrielle pour mettre au point de nouveaux projets. Le matelas Vitaform a ainsi été optimisé grâce à la technique de la 'peau artificielle', nappe électronique chargée de capteurs reproduisant les pressions exercées par un corps humain allongé sur le dos et sur le côté. GFL en a ainsi déduit les grilles de pression selon la taille et le poids de la personne, permettant de renforcer la portance aux endroits souhaités.

WWW.MALITERIE.COM



KSI Lamps propose des lampes à LED ou à flamme



Les lampes KSI fonctionnent avec LED pour une durée d'environ une semaine, presque soixante heures, et se rechargent en une heure et demie. Les lampes avec flamme fonctionnent avec des cartouches

d'huile (de pétrole) d'hydrocarbure. Elles brûlent pendant environ quarante heures, sans suie, fumée ni cire de bougie. La variété des couleurs combinées avec les matières naturelles des lampes fascinera les invités les plus exigeants. Ce produit garantit une haute sécurité, une possibilité d'un design unique personnalisé pour l'établissement. Les matières utilisées sont le laiton et le bois massif précieux, ou des minéraux exclusifs comme Corian®.

WWW.KSI-LAMPS.COM

CONCEPTEUR - FABRICANT - DISTRIBUTEUR
MOBILIER HÔTELS, RESTAURANTS, COLLECTIVITÉS

2 imahl

DYNAMISER
VOTRE TERRASSE

www.2imahl.fr

Ce produit n'est pas un produit répulsif.

KILDOR
Complexe de plantes

Pour en finir avec le fléau des punaises de lit

Produit anti-insectes (cafards, etc.)

Pour éviter la prolifération, traquez dès les premiers signes

JLP PROMOTION La Levanchée 39570 Courteaux
Tél./Fax : 03 84 35 33 98 • jldprom@wanadoo.fr • www.jldprom.fr

AUGIAS Un savoir-faire spécifique dans le traitement des punaises de lit.

WWW.AUGIAS-ENVIRONNEMENT.NET

LE MATELAS-HOTELLERIE.COM Un site de e-commerce pour les professionnels de l'hébergement

WWW.LEMATELAS-HOTELLERIE.COM

Des luminaires en plus pour Vega

Pour étoffer son offre en matière d'articles d'agencement et répondre à une demande de sa clientèle, Vega ajoute à son catalogue 2011 une gamme de luminaires tendance et élégants, partie intégrante de l'ambiance d'un établissement. On retrouve ainsi des suspensions, plafonniers, lampes à poser, appliques ou encore lustres pour tous les styles, s'adaptant ainsi à des ambiances modernes, tendance ou classiques. Les produits Vega se commandent sur internet, par téléphone, courrier ou fax avec une livraison sous 24 ou 48 heures (sous réserve de disponibilité en stock, jours ouvrés en France métropolitaine).



TÉL. : 0821 23 03 53
SERVICE@VEGA-FR.COM
WWW.VEGA-FR.COM

Les suspensions Buli, aux couleurs et au design pop, égayent les intérieurs des établissements.

kifaikoi.com

Pour vos achats en **mobiliers, literie et luminaires**, vous

pouvez vous fournir auprès de

zimahl : www.zimahl.fr • Bos Equipement Hôtelier : www.bos-equipement.com • Continental Diffusion : www.continentaldiffusion.fr • De Kercoet : www.lesateliers-dekercoet.com • ECF - Ectel SA : www.ecotel.fr • Factory Design : www.factory-design.fr • GO IN GMBH : www.goin.de • Grosfillex : www.grosfillex.com • Hotel Pro : www.hotelpro.fr • Hotelys : www.hotelys.fr • Interior's : www.interiors.fr ; Les Bâches du Luberon : www.labriterrasses.com • Ligne Vauzelle : www.vauzelle.com • Roland Vlaemyck Tisseur : www.vlaemyck.com • Sealy Europe : www.sealy.fr • Siège Perrouin : www.perrouin.com • Tessali Diffusion : www.tessali-diffusion.fr • Vega : www.vega-fr.com • Sofams : www.sofams.com • Aktuel : www.aktuel.fr • Brokloc : www.aktuel.fr • Kobaworld : www.kobaworld.com ; Kodif : www.kodif.com • Designet chaisesdesign.fr : www.chaisesdesign.fr • Alby 67 LTD Bulgarie : raphael.jas@voila.fr • Ghyvan International : www.ghyvan.be • Lamy : www.lamy-france.fr • L'Atelier des Aavernes : www.les-avernes.com • Monaco Lighting Design : www.monacolightingdesign.com

GO IN

MUNICH - BERLIN - LONDRES - PARIS - VIENNE



CHAISES - TABLES - TABOURETS DE BAR - SYSTÈMES MODULAIRES

Ambiance élégante garantie en extérieur !

Optez pour du mobilier cosu de haute qualité, vous rendrez votre terrasse extérieure élégante et confortable ! Le fauteuil et les éléments de canapé de la collection OCEAN, constitués d'aluminium et de tressage complet en polyéthylène, sont résistants à la chaleur et au froid. Ils sont également faciles d'entretien. De plus, les coussins assortis de différentes couleurs garantissent du confort pour toute la saison estivale !

Vous trouverez d'autres modèles dans notre **nouveau catalogue 2011** !

Commandez maintenant
notre catalogue sur www.go-in.fr.



Contact PARIS Nanterre:

GO IN FRANCE SAS
Z.A. du Petit Nanterre
191 rue du Premier Mai
92737 Nanterre Cedex

tel: 0820 / 85 00 80
fax: 0820 / 88 98 19
mail: info@go-in.fr
web: www.go-in.fr

GLACES ET PÂTISSERIES

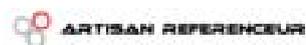
MOBILIER, LUMINAIRE ET LITERIE

RÉSERVATIONS EN LIGNE

FORMATION

Gérer les réservations prises sur les différents canaux

E-mail, site internet, centrale de réservation, fax, téléphone... Il devient parfois difficile pour l'hôtelier de s'y retrouver dans les différents moyens de réserver une chambre.



Par Thomas Jung,
Artisan Référenceur

Votre stratégie Yield

C'est = 100 €

100 €	100 €	100 €	100 €
-------	-------	-------	-------

ou = 240 € ?

65 €	75 €	100 €	100 €
------	------	-------	-------

Sans frais d'adhésion
Nous vous aidons à optimiser votre chiffre d'affaires, votre taux d'occupation et votre visibilité sur Internet.
Références et informations
WYM : 01 42 51 59 44 ou sur wymservices.com

Chloë Progiciel complet & simple d'utilisation

Pour vous, professionnels,

Hôtels-Restaurateurs-Bar
Plannings réservation
Liens Internet
Analyses/statistiques
Stocks
Inventaire permanent
Compatible : Écran tactile,
T.P.V. et P.D.A.

Chloë, la gestion en plus simple

29 Rue de la Source - 33170 Gradignan - email : chloe@sphere-informatique.fr
Tél. : 05 56 34 82 12 - Fax : 05 56 47 94 16 - Site web : www.chloe.sphere-informatique.net

Hôteliers ! vous êtes référencés sur

hotelbiz

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

LE SITE DE TOUS LES HÔTELS DE FRANCE

La première étape pour reprendre, conserver et développer sa maîtrise commerciale est d'avoir un site internet qui transforme le visiteur en client, un site qui vend ! C'est la clé : permettre à l'internaute de passer à l'acte d'achat. Ce n'est pas tout d'avoir un positionnement, un produit, un argumentaire commercial. Si le visiteur ne peut pas acheter, cela ne sert à rien : imaginez un supermarché sans caisse...

Le moteur de réservation, ou 'booking engine', gère le stock pour vous et devient la clef de voûte du système

C'est une brique technologique qui va permettre de gérer un stock (disponibilités et tarifs). Quand il effectue une réservation, l'internaute pioche dans ce stock et l'hôtelier en est averti. Ces briques technologiques proposent tout un processus de réservation et une connexion sécurisée afin que l'internaute garantisse sa réservation en ligne avec un numéro de carte bancaire. Ces solutions logicielles sont paramétrables pour effectuer une demande de disponibilité, une réservation ferme, une garantie par carte bancaire avec une heure d'arrivée limite, etc. Ces systèmes permettent aussi une gestion avancée du stock : fermer une date en arrivée ou en départ, proposer des forfaits, vendre des prestations annexes (petit-déjeuner, spa, parking, etc.). Ce sont de puissants outils de vente.

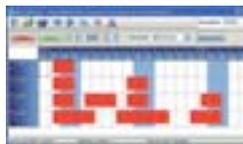
Les établissements qui ne sont pas équipés en PMS devront alors saisir leur stock de chambres sur un webplanning et ressaisir les réservations arrivant par téléphone, fax, e-mail dans le cahier dédié. Ces actions sont consommatrices de temps et la ressaisie est source d'erreurs. En dessous de 15 chambres, l'investissement dans un PMS ne va pas de soi mais il permettra de recueillir des informations nécessaires au développement du chiffre d'affaires.

Le moteur de réservation prévient instantanément l'hôtelier lorsqu'une nouvelle réservation vient d'être effectuée, le plus souvent par courriel, voire par fax. Il est important que dans cette communication aucune donnée sensible (numéro de carte bancaire) ne soit jointe. Le nom du client, la date d'arrivée, le nombre de nuits, de personnes, de type de chambres et les remarques éventuelles sont suffisants. L'hôtelier doit alors se connecter à une interface sécurisée pour récupérer d'autres informations, notamment le numéro de carte bancaire pour la garantie selon les conditions de réservations de l'hôtel.



Lire la suite pour les établissements équipés de PMS de l'article en tapant le mot-clé **RTR513725** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

L'interface 'two-ways' de Cegid



Le partenariat entre Cegid et ReservIT permet à son PMS destiné à l'hôtellerie indépendante d'être le

logiciel le plus connecté à ReservIT et de disposer de la certification Gold. De plus, Cegid poursuit sa stratégie d'ouverture de ses 2 PMS aux principaux acteurs de la distribution en ligne, dont Availpro. Il s'agit d'une interface 'two-ways' avec remontée des chambres disponibles directement à partir du PMS sur l'ensemble des canaux, et descente des réservations automatiquement dans le planning du PMS. Les réservations prises s'affectent automatiquement sur des chambres pour éviter les oublis et, bien entendu, l'hôtelier peut ensuite optimiser son planning en délogant. Les tarifs et options sont également publiés en temps réel depuis le PMS et, lors de la réception d'une réservation, un devis lui est lié.

Tél. : 0811 884 888

CHR@CEGID.FR

WWW.CEGID.FR/CHR

Availpro Tracker

Pour avoir une vision de votre ROI

WWW.AVAILPRO.COM

Rezexchange

Une connexion avec tous les canaux de distribution.

WWW.REZEXCHANGE.COM

Nouveau site corporate Interface Technologies

Le nouveau site internet d'Interface Technologies s'adresse en priorité aux chaînes hôtelières, hôtels indépendants et distributeurs d'hôtels. Il propose une navigation orientée autour de ces métiers et permet



à l'internaute d'identifier rapidement les solutions qui correspondent à son activité. Aujourd'hui, ce site présente l'ensemble des solutions, une nouvelle image, des contenus enrichis et mis à jour ainsi que la mise en avant d'éléments en interaction avec les clients et les partenaires (actualités, newsletter, consulter un blog, suivre une page Facebook ou un compte Twitter). Interface Technologies affiche ainsi sa volonté de communiquer, de se rapprocher de son marché mais aussi de développer la compréhension de son activité et de ses produits. Des versions du site sont disponibles en anglais, allemand, néerlandais, espagnol, italien et portugais.

WWW.INTERFACE-TECH.COM

Réservation en ligne de repas d'affaires avec Business Table



Devant le grand nombre de sites internet, portails et guides plus ou moins ciblés souhaitant développer la clientèle d'affaires pour les restaurants, le choix est difficile... Innovante, Business Table est une solution globale. Implantée au cœur des entreprises, elle permet à chaque collaborateur de réserver en ligne ses repas d'affaires. Le référencement est simple et rapide, et offre la certitude d'être vu des interlocuteurs de l'entreprise qui réservent fréquemment des repas d'affaires. Business Table est aujourd'hui n° 1 des spécialistes de la réservation de restaurants pour l'entreprise. Plus de 2 000 entreprises et 1,5 million de collaborateurs ont déjà accès à ses services.

Tél. : 0826 02 40 40

DEVELOPPEMENT@BUSINESSTABLE.FR · WWW.BUSINESSTABLE.FR

Boostez votre e-Distrib !

- Pilotage Facile et yieldé des robots de connectivité
- Exposition plus large, répartition mieux contrôlée
- Canaux réglés selon les coûts, e-résas direct-Pms
- Analyse rapide : évolutions & écarts-marché

www.top-pilote.net

toppilote

topsys

Couplages en cours: Multi-Pms + Availpro, Bookassist, FastBooking, ReservIT + EZ-Yield, Rate-Tiger + EZ-Rms, Ideas ...



L'annuaire des hôtels de France **Hotelbiz**



Les concepteurs de ce site sont des anciens hôteliers qui ont souhaité mettre à la disposition de la clientèle un annuaire internet de recherche et de mise en contact direct des clients et des hôteliers. Sur hotelbiz.fr, apparaissent exclusivement les coordonnées de l'hôtel, avec la possibilité pour l'hôtelier de rajouter des éléments descriptifs, des promotions et des photos, pour orienter le client. Le prix est très accessible. L'hôtelier peut inclure un lien vers son site internet ou son mail, et Hotelbiz prévoit de mettre à disposition des hôteliers français une adresse e-mail (par ex. : hotelambda@hotelbiz.fr) gratuitement, ce qui permettra à la clientèle de faire ses réservations ou de demander une information directement à l'hôtel concerné. Pas de contrat, pas de commission.

Tél. : 06 07 71 20 02

JEANFIGADERE@HOTMAIL.COM · WWW.HOTELBIZ.FR

Wym pour augmenter son volume d'affaires

WYM effectue une étude de marché et



définit une stratégie de vente avec l'hôtelier par rapport à ses objectifs, son budget, ses clients. Puis l'établissement se voit proposer d'autres partenaires adaptés à ses besoins. WYM trouve de nouveaux sites internet partenaires ou réactualise les contrats existants. L'équipe de WYM surveille le positionnement, la réputation de l'hôtel, mais également ses concurrents. WYM gère les mises à jour des extranets sur les canaux de distribution les plus porteurs en termes de tarifs et de disponibilité.

WWW.WYMSERVICES.COM

Restopolitan, réservation de restaurant en ligne



Fondatrice de Restopolitan Stéphanie Pelapat a

lancé il y a trois mois le 1^{er} site événementiel de vente de menus gastronomiques. Aujourd'hui, Restopolitan et 20minutes.fr annoncent la mise en place d'un partenariat stratégique. Avec près de 5 millions de visiteurs uniques par mois, 20minutes.fr s'est forgé une solide réputation sur la Toile. Pour élargir son offre éditoriale, 20minutes.fr a intégré sur son site l'ensemble du contenu de restopolitan.com, soit un accès pour leurs internautes à la réservation de plus de 4 000 restaurants dans toute la France, avec descriptifs, photos et infos pratiques.

WWW.FRACERIA.FR

WWW.JDALLARD.COM

Top-Pilote, pour yielder sa e-distribution

Top-pilote.net combine sur un même planning l'analyse prévisionnelle complète de l'hôtelier



et le réglage rapide de ses scénarios de vente. Un yield simple et visuel qui permet ensuite de chaîner sans effort toute sa e-distribution de chambres. Le top-pilote s'associe idéalement aux booking engines (BE) et aux connecteurs (Availpro, Bookassist, FastBooking) pour faire évoluer leur réglage manuel et à faible visibilité vers un pilotage yieldé et qualifié, plus rapide et bien plus rentable. En parallèle, le répartiteur du top-pilote permet d'optimiser et sécuriser chaque configuration de connectivité choisie par l'hôtel. Conception Topsy et compatibilité en cours aux PMS du marché.

Tél. : 01 45 72 97 97

TOP-PILOTE@TOPSYS.FR · WWW.TOP-PILOTE.NET

Reservit
hotel



la solution pour vendre vos chambres sur Internet

Le bouton qui fait la différence sur votre site

it interface connecting hotels
technologies

Contactez nous : ☎ +33 (0)1 44 73 57 30

Sphere Informatique présente RESAWEB de Chloë



Le logiciel Chloë assure la gestion des ventes de chambres via les principales centrales de réservation. Les allotements ou la mise en ligne sont visibles depuis le planning Chloë en fonction des types, catégories et prix des chambre. La mise à jour du fichier client (aucune ressaisie) est automatique... L'imputation de la chambre est réservée selon le choix de l'hôtelier : acceptation par l'hôtelier des chambres proposées automatiquement par le système et de celles vendues mais avec possibilité de modification ultérieure. Le risque de surbooking est dorénavant terminé.

Tél. : 05 56 34 82 12

SPHERE@SPHERE-INFORMATIQUE.FR
WWW.CHLOE.SPHERE-INFORMATIQUE.FR

kifaikoi.com

Pour vos achats en réservations en ligne, vous pouvez vous fournir auprès de :

- Amadeus Hospitality SAS : www.amadeus.com/fr/hotels • Anikop : www.anikop.com • Bookassist : www.bookassist.org • Cegid : www.cegid.fr/chr • Cooktel.com : www.cooktel.com • Diadao : www.diadao.fr • Dylog : www.dylog.fr • EBP Informatique : www.ebp.fr • Eliphot : www.eliphot.com • Flag Systeme : www.jazotel.fr • Ganica : www.targeteasy.com • GeHo SARL : www.geho.fr • HRS - Hotel Reservation Service : www.hrs.com • IBM France : www.ibm.fr • Inphotik Distribution : www.inphotik.com • Interface Technologies : www.reservit.com • La Fourchette : www.lafourchette.com • Les Ateliers Apicius : www.apicius.com • Logmis : www.logmis.com • Media Menus : www.businessstable.fr • Medialog : www.medialog.fr • Nozio - Internet for Tourism : www.nozio.com • Pointex Informatique : www.pointex.com • QuatuHore : www.logiciel-chr-vega.com • Restopolitan : www.restopolitan.com • Siriona : www.availpro.com • Sphère Informatique : www.chloe.sphere-informatique.net • Topsy : www.topsy.fr • TopTable : www.toptable.fr • WEB CMS : www.webcms.lu • Wym / Geai 773 : www.wymservices.com

GLACES ET PÂTISSERIES

MOBILIER, LUMINAIRE ET LITERIE

RÉSERVATIONS EN LIGNE

FORMATION

L'entreprise participe à la formation continue de ses salariés

Tous les employeurs, et ce quel que soit l'effectif de leur entreprise, ont l'obligation de participer au financement de la formation professionnelle continue par le biais d'une contribution dont le taux varie selon la taille de l'entreprise.

Par Pascale Carbillat

Pour les entreprises de moins de 10 salariés, le taux de participation à la formation professionnelle continue s'élève chaque année à 0,55 % de la masse salariale. Il est de 1,05 % pour les entreprises de 10 à 19 salariés et de 1,60 % pour les entreprises ayant 20 salariés et plus. En outre, si l'entreprise emploie des salariés en CDD (contrat à durée déterminée), elle est assujettie au 1 % CIF-CDD, prélèvement destiné au financement du congé individuel de formation.

Cette contribution est calculée uniquement sur la masse salariale brute des CDD.

Le versement de ces contributions s'effectue auprès d'un organisme collecteur agréé par l'État (OPCA). Pour la branche des HCR, l'OPCA compétent est le Fafih, qui collecte et gère les contributions que les entreprises doivent verser au titre de leur participation au développement de la formation professionnelle continue.

Le Fafih a aussi un rôle d'information et d'ac-

suite page suivante



LE CORDON BLEU®

20 pays, 40 écoles, 23 000 étudiants,
leader mondial de la formation culinaire

Formation aux arts culinaires en cuisine et pâtisserie
Programme métiers du vin et management
Programmes professionnels sur mesure

lcbparis.com

Le Cordon Bleu Paris • Etablissement d'enseignement supérieur privé
Tél. : 01 53 68 22 50 • paris@cordobleu.edu • 8, rue Léon Delhomme 75015 Paris



compagnement des entreprises, et plus particulièrement auprès des TPE, pour ce qui touche à l'analyse et à la définition de leurs besoins en matière de formation professionnelle. Pour ce faire, le Fafih dispose de 12 délégations régionales couvrant les 22 régions administratives permettant d'assurer des services de proximité.

Assurer l'adaptation des salariés à leur poste

Bon nombre d'entreprises se contentent de verser cette contribution obligatoire alors qu'elles pourraient s'acquitter de leur participation en mettant en place des actions de formation en faveur de leurs salariés.

D'autant que le chef d'entreprise doit respecter certaines obligations en matière d'adaptation et de formation de ses salariés. En effet, l'article L.6321-1 du code du travail prévoit que l'employeur a l'obligation d'assurer l'adaptation des salariés à leur poste de travail et de veiller au maintien de leur capacité à occuper un emploi, au regard de l'évolution des emplois, des technologies et des organisations. Il peut aussi proposer des formations qui participent au développement des compétences des salariés.

Outre cette obligation générale de formation, les professionnels ne doivent pas oublier les formations spécifiques à chaque secteur d'activité, aux règles d'hygiène pour le personnel de cuisine par exemple, ou les règles de sécurité incendie pour le personnel dans un hôtel.

Objectif Dessert, des cours de pâtisserie traditionnelle

Par Jean Gabriel Du Jaiflin

Inquiet de la perte du patrimoine culinaire français en matière de savoir-faire en pâtisserie, **Michel Guiol** a créé Objectif Dessert, un atelier de cours de pâtisserie traditionnelle, mais également créa-

tive. Il répond ainsi à la demande de restaurateurs qui souhaitent voir leur personnel de cuisine se former ou parfaire leur pratique de la pâtisserie. Il s'agit d'abord de retrouver les bases de la pâtisserie traditionnelle (leitmotiv de Michel Guiol) ; les pâtes, crèmes et autres savoir-faire qui permettront de composer des desserts simples, goûteux, originaux avec des prix de revient très intéressants. Pour un professionnel soucieux de donner le meilleur rapport qualité/prix à sa clientèle, quoi de plus satisfaisant que de servir des vrais desserts maison ?

Pourtant rien n'est plus simple, explique ce passionné. Ses cours s'adressent principalement aux professionnels. Ils peuvent être pris dans le cadre du droit individuel à la formation, jusqu'à 26 heures par an



Michel Guiol, créateur d'Objectif Dessert.

pour les saisonniers. Dans ce local, se trouvent également les bureaux de Pierre Thurin Conseil et de CHR-Expert's-Team, qui regroupent de nombreux formateurs pour l'hôtellerie, les CHR, collectivités et métiers de bouche.

OBJECTIF DESSERT

1 BOULEVARD DU PRÉSIDENT KENNEDY
13600 LA CIOTAT

WWW.OBJECTIFDESSERT.COM

WWW.CHR-EXPERTS-TEAM.COM



FORMATION & PERFECTIONNEMENT
aux Métiers de la Gastronomie

www.ecole-lenotre.com

+33(0)1 30 81 46 34 - ecole@lenotre.fr

*Avide de découvertes ?
Leader en hôtellerie ?*

ESSEC
BUSINESS SCHOOL

YOU HAVE THE ANSWER*

MBA in Hospitality Management (IMHI)

Rejoignez notre MBA régulièrement classé premier parmi les formations françaises en management hôtelier et bénéficiez de nos partenariats stratégiques avec les leaders mondiaux du secteur.

Quel que soit votre choix pour l'avenir, l'ESSEC vous donne les moyens de le construire.

www.essec.edu

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

negoventis
LES FORMATIONS DES CCI AUX METIERS COMMERCIAUX

ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

FORMATION

Le Fafih agit pour l'alternance et la formation continue

Michel Geiser, directeur général de l'organisme paritaire collecteur agréé de la branche, plaide pour les certificats de qualification professionnelle par la voie de l'apprentissage.

Propos recueillis par Sylvie Soubes



L'Hôtellerie Restauration : Que manque-t-il à l'alternance aujourd'hui pour se développer ?

Michel Geiser : L'alternance est un dossier que la profession défend de longue date. Le président du Fafih, **Michel Bédu**, est en contact avec **Nadine Morano** [ministre de l'Apprentissage et de la Formation professionnelle, NDLR] pour essayer de trouver de nouvelles pistes sur la formation par l'alternance. D'autre part, si on se réfère aux réflexions qui ressortent des groupes de travail animés par **Régis Marcon**, il est impératif de développer la qualité de l'apprentissage par la formation des tuteurs. Celle-ci est déjà obligatoire dans le cadre des contrats de professionnalisation et des périodes de professionnalisation, qui sont les deux dispositifs gérés par le Fafih. La profession demande aujourd'hui aux pouvoirs publics de l'étendre à l'apprentissage.

Les TPE ont-elles le réflexe de la formation continue ?

M. G. : Le Fafih doit continuer le travail d'information et de communication entrepris depuis 2004. Parmi nos dispositifs, nous avons développé les 'actions collectives' qui s'adressent aux entreprises de moins de 50 salariés. Ces stages sont mis en place sur l'ensemble du territoire et le calendrier est accessible directement sur la page d'accueil de notre site. Les actions sont classées par région et par thème, le principal étant l'hygiène. Mais il y a beaucoup d'autres propositions comme la sécurité au travail, le développement des ventes, la bureautique, la cuisine 'bien être', les plats du jour, la créativité culinaire, la sommellerie, l'accueil des personnes handicapées, etc. Les entreprises qui versent leur contribution formation au Fafih peuvent accéder à ces actions sans toucher à leur budget formation. Et elles peuvent inscrire autant de salariés qu'elles le souhaitent. Nous sommes là pour accompagner les entreprises, et les formations dispensées doivent s'inscrire dans le respect de la réglementation. L'action collective part du principe qu'elle couvre le territoire de dispositifs de formation dont les petites entreprises ont besoin au plus près et dans la plus grande facilité d'accès. L'inscription du salarié se fait sur un simple appel. Notre catalogue intègre un réseau de qualité répondant aux besoins. Il n'y a pas si longtemps, nous tournions à 300 actions collectives. Nous en sommes à plus de 5 000. Pour les TPE, c'est un outil d'autant plus intéressant qu'elles n'ont plus le souci de rechercher, trouver, vérifier, signer une convention... Ce catalogue facilite l'accès à la formation. En revanche, il faut l'ouvrir pour le découvrir.

WWW.FAFIH.FR

Lire l'intégralité de l'article en tapant le mot-clé **RTR313842** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Devenez Manager d'un site de restauration
• Diriger une équipe • Exercer des responsabilités

Master 1^{ère} ANNÉE
Semestre 1 (30 ECTS) Septembre à Décembre
Langues et civilisation
Formation scientifique
Méthodes professionnelles
Présentation universitaire et professionnelle
Semestre 2 - 30 ECTS - Janvier à Juin
Méthodes professionnelles
Méthodes de gestion et de marketing
Méthodes de gestion et de marketing
Management et qualité dans l'entreprise
Numérique et produits de restauration
Collaboration université et culture
Culture université et grands professionnels
Méthodes de gestion

Master 2^{ème} ANNÉE
Semestre 1 (30 ECTS) Septembre à Décembre
Méthodes professionnelles
Méthodes de gestion et de marketing
Méthodes de gestion et de marketing
Management et qualité dans l'entreprise
Numérique et produits de restauration
Collaboration université et culture
Culture université et grands professionnels
Méthodes de gestion

Formation professionnalisante Master
18 mois de stages et entreprises (sur 2 ans)
30% d'intervenants de professionnels

ua université angers | L'UNIVERSITÉ DU TOURISME, DU BÂTIMENT ET DES SERVICES
7, allée François Mitterrand | BP 40415 | 49004 Angers
Tél. 02 44 68 31 30 | <http://www.univ-angers.fr/ua-uafr>

95% des étudiants ont un emploi un mois après l'obtention de leur diplôme

PETITES ENTREPRISES, FORMEZ VOS SALARIÉS !
SALARIÉS, PERFECTIONNEZ-VOUS !
11 formations de 1 ou 2 jours / financement DPCA intégral

DÉMARRAGE IMMÉDIAT DES FORMATIONS

- > Hygiène en restauration
- > Sécurité/risques professionnels
- > Entretien annuel professionnel
- > Les épices
- > Nouvelles techniques de cuisson
- > Ventes additionnelles en CHR
- > Développement durable en CHR
- > Bureautique

Appelez Sophie au 01 40 25 93 90 ou www.greta-hotellerie.fr



L'école Grégoire Ferrandi : 1 500 apprentis et 2 000 adultes en formation continue

L'école Grégoire Ferrandi est un établissement de la chambre de commerce et d'industrie de Paris. L'école accueille chaque année 1 500 apprentis et plus de 2 000 adultes en formation continue. Les 8 domaines d'expertise en formation continue sont : la cuisine, la pâtisserie, la boulangerie, le restaurant, la gestion-management, l'hygiène-nutrition, la restauration collective, la création ou reprise d'entreprise. Que vous soyez chef de cuisine, chef de partie, commis, responsable de salle, manager, que vous exerciez votre activité en restauration traditionnelle ou collective, vous trouverez dans le catalogue de l'école une offre de formation répondant à vos besoins et à ceux de vos salariés. En cas de demandes particulières, l'école Grégoire Ferrandi saura vous proposer des solutions sur mesure qui tiennent compte de vos spécificités.



Bruno de Monte,
directeur de l'École
Grégoire Ferrandi
à Paris.

700 écoles adhèrent à Cegid Éducation

Créé en 2004, le programme Cegid Éducation développe des partenariats avec les établissements de l'enseignement secondaire et supérieur en leur fournissant un accès privilégié à des outils professionnels performants. Plus de 700 écoles adhèrent au programme et plus de 30 000 étudiants sont formés annuellement. L'offre Cegid Éducation hôtellerie-restauration est destinée tout particulièrement aux écoles disposant de filières hôtellerie ou restauration, quel que soit le niveau en mettant à leur disposition des progiciels professionnels pour des usages pédagogiques. L'hôtelier ou le restaurateur pourra recruter un jeune ayant déjà la maîtrise de logiciels professionnels Cegid reconnus sur le marché. Au cours de son cursus, il aura acquis de réelles connaissances sur les nouvelles technologies et les fonctionnalités métier des logiciels.

TÉL : 01 49 54 29 06
WWW.EGF.CCIP.FR

TÉL : 0811 884 888
WWW.CEGID.FR/EDUCATION

HOTELLERIE INTERNATIONALE Assurez-vous un avenir prometteur



Les pieds sur terre,
la tête dans les étoiles...



International Business School
Hotel & Tourism Management
www.vatel.fr

**Master in International
Hotel Management**
Bac+5 • Titres d'Etat certifiés
**Admissions parallèles
niveau Bac+2/+3**



Vatel forme les cadres d'un
secteur mondialisé et créateur
d'emplois : **le Tourisme et l'Hôtellerie
internationale.**

Afin que vous deveniez un manager accompli et apte à exercer dans le monde entier, Vatel axe son enseignement sur l'international : stage obligatoire à l'étranger, poursuite d'études possible en MBA à Vatel Los Angeles... et ainsi, vous garantit, à l'instar de ses 20 000 diplômés, de faire carrière dans les plus grands groupes hôteliers internationaux.

Le Cordon bleu ouvre à Madrid

Après Paris et Londres, Le Cordon bleu a décidé de créer sa troisième école européenne à Madrid, pour accompagner l'essor d'une gastronomie espagnole, de plus en plus créative et réputée internationalement. Le Cordon bleu et l'université Francisco de Victoria proposent des programmes de bachelor et master en hôtellerie et restauration, et ont créé un centre de recherche, en collaboration avec d'autres départements de l'université. Les laboratoires de biotechnologie de l'université vont aussi collaborer avec Le Cordon bleu afin de poursuivre le développement de nouveaux programmes, notamment d'un cursus spécial consacré à l'œnologie, en partenariat avec une cave à vin de Ribera del Duero, à Valladolid. À noter également l'ouverture d'un restaurant d'application sur le campus de l'université, ainsi que d'un département de soutien aux jeunes entrepreneurs qui cherchent à développer des petites entreprises dans le secteur culinaire. "Le Cordon bleu est une sorte de petite université internationale", a déclaré son président **André Cointreau**, en soulignant que l'institution culinaire, qui a plus d'un siècle d'histoire, était présente avec 35 écoles dans 15 pays, formant chaque année plus de 23 000 étudiants de 70 nationalités différentes.



WWW.CORDONBLEU.EDU

kifaikoi.com

Pour vos achats en formation vous pouvez vous fournir auprès de :

Académie internationale de management : www.aim.fr • Actifh : www.actifh.com • Asforest : www.asforest.com • Catalyse - SARL Forma : www.catalyse.fr • CCI de Perpignan : www.perpignan.cci.fr • CEFPPA : www.cefppa.com • Centre national d'enseignement à distance : www.cned.fr • CFA Stephenson : www.cfa-stephensen.tm.fr • Classement Hôtelier : www.classementhotelier.org • CMH : www.emc-campus.com • Créa conseil et formation : www.lecrea.com • École du vin de Paris : www.ecole-du-vin.fr • École française de pizzaiolo : www.ecoledepizzaiolo.com • École hôtelière de Lausanne : www.ehl.edu • École Lenôtre : www.lenotre.fr • EIPIZ : www.eipiz.fr • Epicure Consulting & Training : www.epicure-consulting.com • Essec Learning Center : www.imhi.com • École Gregoire Ferrandi : www.egf.cciip.fr • Fondation d'Auteuil : www.fondation-auteuil.org • Ifitel : www.ifitel.net • Infa Le Manoir : www.infa-formation.com • Institut Vatel : www.vatel.fr • Le Cordon bleu : www.lcbparis.com • Negoventis : www.afci-formation.fr • Qualiséal : www.qualiseal.fr • SIPCA Formation : www.sipca-formation.com • Université d'Angers - Imis-Esthua : www.univ-angers.fr • Vizelanges : www.vizelanges.com • Glion Institute of Higher Education : www.glion.edu • DV Consultant HACCP : www.dvhaccp.com • Gira Conseil : www.giraconseil.fr • HTR Consulting : www.htr-consulting.fr

L'INFA : 35 ans d'expérience au service des professionnels du secteur

En chiffres, l'Institut national de formation et d'application (INFA), c'est : 65 ans d'expérience en formation au service de l'emploi et de la promotion sociale, 36 implantations en France, 16 600 stagiaires formés en 2009, 12 700 personnes accompagnées ou orientées.

• **Des formations professionnelles courtes** : art culinaire, nouvelles normes hôtelières, promotion, relation et communication

client, management et motivation des équipes, hygiène et réglementations, langues étrangères...

• **Un accompagnement à la VAE** (validation des acquis de l'expérience) : assistant d'exploitation (hébergement et restauration), réceptionniste d'hôtel, gouvernante, employé(e) d'étage, commis de cuisine, pizzaiolo, serveur de restaurant, agent de restauration.



• **Des formations supérieures** : manager à l'international (en partenariat avec l'université de Brighton) ; European Bachelor of Science in Hospitality Administration (Eabheas).

• **Des formations en alternance** : cuisine, service, réception, management (CAP, bac pro, BTS, Bachelor).

WWW.INFA-FORMATION.COM

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

24420 Savignac-les-Églises - France - tél. 00.33.(0)5.53.05.08.11 - e.mail. savignac@ecole-de-savignac.com

7 AVRIL

Forum emploi Halle des Blancs Manteaux
Pôle emploi Mélingue équipe Opéra
Halle des Blancs Manteaux, 48 rue vieille du temple, 75004 Paris
Tél. : 01 42 41 92 72
fred.landtsheere@pole-emploi.fr

Forum de l'emploi pour le bassin de Thau

Pôle emploi Bassin de thau
Salle Georges Brassens, rue Jean Jaurès, 34200 Sète

9^e Forum de l'hôtellerie de la restauration et de l'hôtellerie de plein air

Salle des Fêtes, 24290 Montignac
Tél. 05 53 31 56 00
www.mdepn.com • contact@mdepn.com
De 14 h 30 à 17 heures

8 AVRIL

Après-midi 'Recrutement en alternance'
Maison des associations du 18^e,
15 passage Ramey, 75018 Paris
Tél. 01.40.25.47.21
www.reussirmoiaussi.fr
claire.couette@reussirmoiaussi.fr
De 15 h 30 à 18 heures

11 AVRIL

Salon du club des Professionnels du vin
Hôtel Hilton, 1 avenue Herrenschmidt,
67000 Strasbourg
www.clubproduvin.com

13 AVRIL

Forum emploi à l'EPMTTH
École de Paris des métiers de la table,
du tourisme et de l'hôtellerie
17 rue Jacques Ibert, 75017 Paris
Tél : 01 44 09 12 00
c.karleskind@epmthtth.org

Forum emploi carrières

Lycée des métiers de la restauration,
18 Rue François Gillet,
42400 Saint-Chamond
Tél : 04 77 29 29 90
ce.0421736j@ac-lyon.fr

5^e Journée de l'alternance

Salle polyvalente Chantereyne - Hall 4 -
50100 Cherbourg-Octeville
jprovost@mef-cotentin.com
De 14 heures à 18 h 30

Forum jobs d'été

Place Victor Hugo, 38000 Grenoble
De 10 heures à 18 heures
contact@adiij.fr

14 AVRIL

Forum de l'emploi saisonnier hôtellerie-restauration, commerce et tourisme
Salle Le Forum, avenue de la Gare,
40200 Mimizan
De 9 heures à 17 heures

16 AVRIL

Forum Jobs d'été
Gymnase de Mios, allée de la plage,
33380 Mios
pij.mios@orange.fr
De 10 heures à 17 heures

21 AVRIL

2^e Forum de recrutement des métiers de l'hôtellerie-restauration
Espace François Mitterand,
avenue de Mindelheim,
26300 Bourg-de-Péage
Tél : 04 75 70 79 21
ale.romans-sur-isere@pole-emploi.fr
De 14 h 30 à 18 heures

27 AVRIL

Forum emploi au CEFAA de Villepinte
CEFAA, avenue Jean Fourgeaud,
93420 Villepinte
www.cefaa.net

28 AVRIL

Forum emploi formation
Halle des Sports - Complexe du Porzou,
Allée Pierre de Coubertin,
29900 Concarneau
Tél. : 02 98 60 40 00 (M. Menez)
pij@concarneau.fr
De 14 heures à 17 h 30

4 MAI

Forum emploi intercommunal
Salle Yann Piat,
83250 La Londe-les-Maures
De 14 heures à 17 heures
Tél. : 04 94 12 60 40

6 MAI

Forum emploi du lycée Léonard de Vinci
lycée professionnel Léonard de Vinci,
59125 Trith-Saint-Léger
denis.catteau@ac-lille.fr

9 MAI

7^e Forum de recrutement en hôtellerie-restauration
CCI de Bourges,
Esplanade de l'Aéroport, 18000 Bourges
De 9 heures à 13 heures
Tél. : 02 48 69 73 86

BULLETIN D'ABONNEMENT

RECEVEZ CHAQUE SEMAINE

**L'Hôtellerie
Restauration**
L'OFFICIEL DE LA RESTAURATION



➤ Abonnez-vous par téléphone :

01 45 48 45 00

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

ou par internet : **lhotellerie-restauration.fr**

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

Nom : _____

Adresse : _____

Code postal & Localité : _____

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

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

➤ Choisissez le mode de règlement :

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

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

N° _____
Date de validité : _____ / _____

3 derniers chiffres au dos de la carte : _____

