

**VINCENT FERNIOT
OUVRE 'BOCO'**

RENCONTRE ENTRE LE PRÉSIDENT DU SYNHORCAT ET CHRISTIAN CHARPY PAGES 2-3

L'appel de Didier Chenet pour amener du concret à Pôle emploi

NOUVELLE GOUVERNANCE

PAGE 4

Thierry Amirault à la présidence des Logis



À l'issue de l'assemblée générale de la Fédération internationale des Logis, **Thierry Amirault** a été élu président. Ce dernier, vice-président de la Fédération sous la mandature de **Jacqueline Roux**, a participé à la mise en œuvre de la stratégie de marque des Logis ces dernières années et souhaite poursuivre sa mission auprès de la directrice générale **Krystel Blondeau**. "Être à l'écoute, toujours mieux travailler ensemble - associations, restaurateurs-hôteliers, Fédération... - afin d'apporter aux clients actuels et potentiels une valeur ajoutée claire et de marquer la différence des Logis sur le marché", souligne Thierry Amirault, restaurateur-hôtelier, homme de terrain et membre du réseau des Logis depuis 1995.

Thierry Amirault et Krystel Blondeau.

Réservations en ligne LA FAGIHT À LA POINTE DE LA LUTTE CONTRE LES EXCÈS DE CERTAINS SITES

La Fagih, en la personne de **Pascal Droux**, président des hôteliers, a rédigé un rapport sans concession sur les pratiques douteuses de certains sites de réservation en ligne. Abus de position dominante, relations commerciales déséquilibrées, détournement de clientèle, informations mensongères... autant de pratiques constatées par la répression des fraudes, qui rejoint l'action judiciaire introduite par le Synhorcat contre Expedia, hotels.com et Tripadvisor.

pages 2-3

POTEL & CHABOT

PAGE 5

Jean-Pierre Biffi lance Signature, sa collection 2011-2012

SERVICE EN SALLE

PAGE 29

Rencontre avec Denis Courtiade, directeur de salle du restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée

HÔTELLERIE

PAGE 4

Choice en congrès à Boston

JURIDIQUE

PAGE 25

Les apprentis ont droit à 5 jours de congé pour réviser leurs examens

PREMIÈRE ÉDITION

PAGE 30

Deux barmen décrochent le titre de Meilleur ouvrier de France



Les deux lauréats du premier concours Un des Meilleurs ouvriers de France classe barman : **Maxime Hoerth** du Four Seasons George V à Paris, et **Stéphane Ginouves**, du Fouquet's Paris.

Tous au restaurant

Après une édition 2010 réussie, les initiateurs de l'opération Tous au restaurant, emmenés par **Alain Ducasse**, ont décidé de déplacer ce rendez-vous avec le public après l'été, non seulement pour qu'il coïncide avec la Fête de la gastronomie célébrée pour la première fois le 23 septembre prochain mais aussi pour inciter les clients à profiter d'une aubaine de découverte après la saison touristique.

Dès l'an dernier, plus d'un millier de restaurateurs avaient joué le jeu qui, cette année, consiste à proposer un menu à prix attractif avec la gratuité pour le second convive. Le succès fut au rendez-vous en 2010, et les promoteurs de l'opération entendent bien confirmer, et élargir la notoriété de Tous au restaurant, à la fois en augmentant le nombre d'établissements et en suscitant un intérêt accru du public. Des partenariats ont été conclus, tant au niveau institutionnel qu'avec des fournisseurs importants de la profession, afin d'assurer dès ce mois-ci la promotion médiatique de l'événement.

Forts de la participation d'acteurs importants de la restauration comme Châteaux & Hôtels Collection ou Groupe Flo (300 unités) auxquels vient de se joindre le groupe Barrière, les organisateurs comptent également sur la coopération d'un nombre élevé d'enseignes individuelles de qualité qui proposent chaque jour une cuisine appréciée par une clientèle fidèle et qui mérite d'être davantage mise en valeur.

Tout en évitant une dangereuse autosatisfaction, cette occasion unique de participer à une opération de promotion de la restauration d'envergure nationale doit inciter tous les chefs, patrons, et dirigeants d'établissements à soutenir cette initiative destinée à valoriser les talents méconnus et les richesses insoupçonnées de la cuisine française. Autre considération à ne pas négliger : face aux attaques injustifiées dont la restauration fait l'objet à chaque fois que l'on évoque la baisse de la TVA, c'est un moyen médiatiquement efficace de contrer les tentatives systématiques de dénigrement, et de mettre en valeur les efforts consentis à l'égard des clients.

Sans oublier que les pouvoirs publics attendent un intérêt marqué de la profession pour cette Fête de la gastronomie appelée à devenir aussi courue que celle de la musique ou du patrimoine. Et, sans excès de modestie, il n'est pas interdit de penser que la cuisine française est tout aussi qualifiée pour célébrer une partie de notre héritage national.

Alors, n'hésitez pas trop longtemps avant de vous joindre à la seconde édition de Tous au restaurant. L. H.

EN BREF

Les Déjeuners sur l'herbe des Relais & Châteaux



Célébrer les belles journées de juin en famille, en pleine nature, dans les plus beaux endroits de l'Hexagone : telle est l'initiative des Relais & Châteaux français qui se proposent de faire revivre la tradition des déjeuners sur l'herbe. Le rendez-vous est fixé les samedis et les dimanches de juin, et un panier unique est à réserver auprès de chaque maison participante, au prix de 40 € par personne, gratuit pour les enfants de moins de 10 ans (dans la limite de 3 enfants par couple).

Pour plus d'informations :
www.relaischateaux.com/juin
Tél. : 0 825 32 32 32

3 nouveaux hôtels pour le groupe Marriott

Marriott International vient d'ajouter trois hôtels à son portefeuille d'établissements. Le Courtyard Wiesbaden Nordenstadt Hotel (139 chambres), en Allemagne, ouvrira en juin 2011, le Courtyard Montpellier (124 chambres) sera livré en décembre 2011, et le Renaissance Warsaw Airport Hotel (225 chambres), en Pologne, devrait être inauguré en 2013. "Nous sommes ravis d'annoncer ces trois nouveaux hôtels qui confirment notre objectif de doubler notre portefeuille en Europe d'ici à 2015", a déclaré **Amy McPherson**, présidente et directrice opérationnelle de Marriott International Europe.

Effectuez votre auto-diagnostic gratuitement sur le site d'Atout France

Pour accompagner les hôteliers dans le nouveau classement de leur établissement, Atout France propose désormais un service d'auto-diagnostic gratuit accessible depuis l'espace personnel de l'exploitant sur le site <http://www.classement.atout-france.fr>. Cet outil permet à l'exploitant d'évaluer la capacité de son établissement à atteindre le niveau de classement souhaité. Son utilisation est simple : il suffit de répondre à toutes les questions couvrant l'ensemble des critères du tableau de classement. L'hôtelier peut retrouver les résultats de son évaluation par rapport au niveau de classement visé ainsi qu'un tableau de bord détaillé relevant chaque critère - obligatoire ou à la carte - n'ayant pas été validé. Cet outil permettra aux hôteliers qui ne savent pas dans quelle catégorie postuler de se faire une idée sur le nombre d'étoiles auxquelles leur établissement peut prétendre ou quels sont les critères à travailler afin d'obtenir le classement dans une catégorie donnée. Les hôteliers ont jusqu'à juillet 2012 pour demander le classement de leur établissement selon les dernières normes de 2009. Passé cette date, ils ne seront plus autorisés à revendiquer le classement par étoile de leur établissement et devront retirer les anciens panneaux bleus de la face de leur hôtel.

EXPEDIA, HOTELS.COM ET TRIPADVISOR DANS LE C

LA PROFESSION DÉNON

Abus de position dominante, relations commerciales déséquilibrées, détournement de clientèle, informations mensongères : une étude réalisée par Pascal Droux, président des hôteliers de la Fagih, livre un regard sans concession sur les pratiques de ces sites.

Nous ne remettons pas en cause l'existence des sites de réservation, précise en préambule **Pascal Droux**. Nous dénonçons le déséquilibre commercial qui s'est instauré entre les hôteliers et ces sites de réservation." Le président des hôteliers de la Fagih a été mandaté pour effectuer un état des lieux de la réservation en ligne des hôtels afin d'en présenter les caractéristiques et les risques encourus tant pour les hôteliers que pour leurs clients. Pascal Droux a réalisé, en août 2010, une étude intitulée 'Les hôteliers ne seront pas entre leurs mains, les distributeurs en ligne de produits hôteliers', dans laquelle il conclut que "si les hôteliers ne réagissent pas, on va se faire plumer comme cela s'est passé avec les petits producteurs et la grande distribution." La plupart des hôtels français sont référencés sur ces plateformes. Il s'agit principalement d'établissements indépendants, qui représentent 48 % du parc hôtelier (8 512 établissements) et 32 % du nombre de chambres offertes sur le territoire français. Face à eux, on trouve quatre acteurs majeurs qui ont pris une place déterminante sur ce marché : les deux plus grosses entités sont Expedia Incorporated (États-Unis), qui regroupe notamment expedia.fr, hotel.com, venere.com, hotwire.com et le site de commentaires [Tripadvisor](http://tripadvisor.com), et Priceline (États-Unis), qui possède, entre autres, les sites booking.com, activehotels.fr, agoda.com et priceline.com. À leurs côtés, on trouve Orbitz (États-Unis), qui détient les sites orbitz.com, cheaptickets.com, hotelclub.com, et le groupe allemand HRS. En raison de l'organisation en filiales de ces acteurs, on constate que ces derniers sont en situation de quasi monopole et peuvent imposer leurs conditions. Si l'hôtelier ne se plie pas aux règles du jeu, il est tout simplement évincé de la Toile.

Pour être référencé sur ces sites, l'hôtelier doit généralement octroyer au moins 10 % de ses chambres au site,

LA FORMATION EST UNE CLÉ

L'appel de Didier Chenet

Le président du Synhorcat promet la signature, avant

Rencontre au sommet, la semaine dernière, entre les organisations professionnelles et **Christian Charpy**, directeur général de Pôle emploi. L'an dernier, un peu plus de 214 000 offres d'emplois ont été déposées dans le secteur de la restauration. Mais près de 45 % n'ont pas été pourvues. Mettre en adéquation l'offre et la demande réclame davantage de précision, d'ajustements et d'imagination. Chaque année, Pôle emploi interroge plus de deux millions d'entreprises sur leurs besoins et intentions de recrutement. Un tour de France instructif des 386 bassins d'emploi métropolitains et d'outre-mer.

Les chiffres de 2011 sont relativement stables par rapport à ceux de 2010 : 205 800 projets d'embauche déclarés (soit un recul de 1,3 %), 84 000 projets d'embauches sont jugés difficiles (40,8 % contre 41,8 % en 2010) et 126 600 sont liés à une activité saisonnière (61,3 % contre 59,5 % en 2010). En tête des métiers les plus recherchés : les serveurs de café et de restaurant avec 57 700 projets de recrutement (les sommeliers et les maîtres d'hôtels sont classés à part avec seulement 2 300 projets). Viennent ensuite les aides, apprentis et employés polyvalents de cuisine (50 500), les employés d'hôtellerie (27 100), les cuisiniers (25 700 hors chefs). On passe ensuite aux professionnels de l'animation socioculturelles (animateurs et directeurs, 9 100) dont 90 % émanent d'entreprises

L'Hôtellerie Restauration

L'heβδο des C.H.R.

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

RESPONSABLES DE RUBRIQUE

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

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

SECRÉTARIAT DE RÉDACTION
Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

RÉDACTEURS GRAPHISTES
Patricia Delville et Nathalie Hamon

DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ
JEAN-PIERRE LESAGE

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
CHRISTIAN BRUNEAU

CONCEPTION GRAPHIQUE
Atelier Manifesto
COMMISSION PATAIRE
n° 0910 T 79916
Dépôt légal à parution
Diffusion : 56 112 - ISSN 0750 - 3717

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



Presse PRO

CE LES PRATIQUES DÉLOYALES DES SITES DE RÉSERVATION EN LIGNE

selon la taille de l'établissement. Le contrat impose l'obligation d'assurer ce nombre de chambres toute l'année, y compris pendant les périodes de forte activité. En conséquence, l'hôtelier peut se retrouver à payer des commissions pour des chambres qu'il aurait pu commercialiser en direct. Le taux de commission est compris entre 17 % et 25 % du prix TTC de la chambre. C'est d'ailleurs le relèvement du taux de commission de 15 à 17 %, sans aucune concertation ni prestation supplémentaire, qui a incité les hôteliers à se pencher sur les pratiques de ces sites de réservation en ligne.

Pratiques abusives

Ces pratiques pénalisent autant les professionnels que les consommateurs, même si ces derniers n'en ont pas encore conscience. Selon la Direction générale de concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), la réservation de voyages en ligne constitue aujourd'hui le troisième secteur de consommation sur internet. En 2009, près de 60 % des internautes français ont utilisé exclusivement le web pour préparer et acheter leurs prestations de voyage. Outre le fait de pouvoir réserver son hôtel en quelques clics, l'engouement de la clientèle pour ce mode de réservation s'explique aussi par la possibilité de consulter l'avis des autres utilisateurs sur l'établissement. La profession dénonce d'ailleurs un mélange des genres. Tripadvisor, le principal site d'opinion, est détenu par Expedia, site de réservation. Le client qui consulte les commentaires pour se faire une idée sur l'établissement, et désire ensuite réserver, se trouve automatiquement redirigé sur un des sites partenaires pour faire sa réservation et non pas sur le site de l'hôtel. Certains hôteliers d'Annecy, sollicités pour participer à l'étude de Pascal Droux, déclarent ainsi avoir constaté que des clients habitués avaient réservé par ces intermédiaires alors qu'ils pensaient l'avoir fait directement auprès de l'hôtel. L'hôtelier fournit à la centrale de réservation les informations relatives à son établissement (photographie, texte, tarifs...). Mais étant donné la complexité du réseau d'affiliation de ces centrales, l'hôtelier ne sait pas toujours sur quel site il est visible. Certains sites n'hésitent d'ailleurs



Jean Rebelle, Marc Léonard, Pascal Droux, hôteliers à Annecy, et Christophe Chenu, permanent de la Fagiht d'Annecy.

pas à utiliser le nom commercial d'établissements hôteliers réputés sans leur accord, afin d'attirer le consommateur pour le rediriger vers d'autres établissements avec lesquels ils ont des relations contractuelles.

Parmi les informations trompeuses délivrées aux clients, figurent aussi les disponibilités réelles de l'hôtel. Il est mentionné que l'établissement est complet, alors que cette indisponibilité ne concerne que le contingent alloué par l'hôtelier au site de réservation. Le client est alors orienté vers d'autres établissements, voire d'autres dates ou d'autres villes. Certains sites n'hésitent pas à faire figurer des promotions qui n'existent pas et qui ne visent qu'à attirer les internautes. Un classique : gonfler artificiellement le prix d'une chambre et présenter une promotion qui correspond à son prix réel.

Abus de position dominante

La Fagiht met en garde les professionnels contre l'abus de position dominante de ces sites qui sont surreprésentés sur la Toile grâce à une politique d'achat de tous les mots-clés, de messages promotionnels abusifs mais aussi du nombre erroné d'hôtels apparaissant dans

les recherches.

En recherchant 'hôtel Annecy' sur le moteur de recherche Google, seuls 25 établissements sont référencés sur la cinquantaine existante. Ne sont mentionnés que les établissements ayant un lien contractuel avec les sites de réservation. Tous ces établissements apparaissent sous la dénomination hôtel, sans distinction,

alors que parmi eux figurent des résidences hôtelières, des chambres d'hôte... Le positionnement de l'hôtel sur ces sites va aussi dépendre des liens commerciaux entretenus avec les centrales. Pour bénéficier du statut d'hôtel dit privilégié ou favori, l'hôtelier s'engage à fournir un allotement plus important et/ou à verser une commission plus élevée. Si la notation des clients est prise en compte, elle ne constitue pas le seul critère d'appréciation de l'hôtel.

La Fagiht dénonce aussi la parité tarifaire imposée par les contrats de ces sites de réservation en ligne. L'hôtelier est obligé d'accorder les mêmes conditions tarifaires à tous ses prestataires ; il lui est par conséquent interdit de faire une promotion sur son site internet sans en faire bénéficier le distributeur. "Si vous ne respectez pas les règles du jeu, vous pouvez être sûr d'avoir un e-mail le lendemain vous menaçant de vous supprimer de leur référencement", précise un hôtelier d'Annecy.

L'étude de Pascal Droux, transmise au Gouvernement, sera prise en compte dans le cadre du plan d'action pour une croissance équilibrée du commerce en ligne respectueuse des consommateurs et des professionnels, lancée début 2011 par le secrétaire d'État au Tourisme, Frédéric Lefebvre. Au vu de l'enquête réalisée par la DGCCRF sur les pratiques commerciales déloyales dans le secteur de la réservation d'hôtels en ligne, le secrétaire d'État a décidé de poursuivre en justice certains de ces sites. Dans un souci d'efficacité et de rapidité, il a demandé à ses services de se joindre à la procédure déjà engagée par le Synhorcat. L'audience doit se tenir le 6 juillet prochain devant le tribunal de commerce de Paris.

Pascale Carbillat

pour amener du concret à Pôle emploi

L'été, d'une convention cadre avec Pôle emploi, sur la base d'engagements "quantitatifs, qualitatifs et opérationnels".



Christian Charpy, directeur général de Pôle emploi (à gauche) et Didier Chenet, président du Synhorcat.

déficit d'image (peut-on ou va-t-on se reconvertir dans ce secteur ?).

Ce tableau mi-arithmétique, mi-sociétal établi, comment transposer l'enseignement qu'il apporte ? Sachant que les freins évoqués sont soulevés de longue date par les professionnels. Dans la tête de Didier Chenet, président du Synhorcat, qui est un peu à l'origine de cette réunion, la volonté de mettre en place une dynamique nouvelle, propre au secteur, avec un comité de pilotage composé "de techniciens et pas de politiques". Le détail est important à ses yeux. Et "signer avant l'été avec Pôle emploi une convention cadre avec des engagements quantitatifs, qualitatifs et opérationnels".

Promouvoir la restauration

Didier Chenet veut amener "du concret" au débat et saisit, comme exemple, cet outil de Pôle emploi : leur club des DRH et RH. "Pourquoi ne pas faire profiter nos petites entreprises de cette structure ? Nous pourrions y participer et relayer ce qu'il en ressort sur le terrain." Christian Charpy évoque un autre outil créé par Pôle emploi : la méthode de recrutement par simulation largement plébiscitée par les recruteurs. "Cette méthode permet à des personnes qui n'auraient jamais imaginé de travailler dans tel ou tel secteur de s'apercevoir qu'elles en possèdent les capacités ou les atouts." Mais attention au déficit d'image.

Pour le patron de Pôle emploi, si ce frein n'est pas le plus fréquemment cité par les entreprises, il est réel dans l'esprit des clients potentiels. "D'où l'importance de notre communication de promotion de la restauration, qui rejaillit aussi sur les autres métiers", rebondit le chef de file de la rue de Gramont. "Nous avons proposé d'ailleurs de la combiner avec les campagnes effectuées par Pôle emploi, ce qui ajouterait de la force aux dispositifs." La formation est une clé essentielle. Il existe ainsi un projet de convention cadre nationale entre le Fafih et Pôle emploi pour le placement, le développement des compétences et l'accompagnement des transitions professionnelles des demandeurs d'emploi. Soulevés à ce stade, le reclassement, la captation des nouveaux entrants qui n'ont pas les qualifications requises mais à qui l'on proposera des parcours permettant de répondre à cette absence d'expérience ou de connaissances... Quelques pierres dans un édifice alourdi par le manque de mobilité des Français ? "La première chose que les gens regardent, c'est de pouvoir retrouver un travail qui correspond à ce qu'ils faisaient avant et qui soit proche de leur domicile. Et même si on met en place des aides géographiques, ils préfèrent souvent changer de métier... Ce qui se comprend, il y a la famille, les enfants scolarisés. La mobilité est un sujet compliqué", constate Christian Charpy.

Sylvie Soubes

saisonniers. Ces besoins sont dus à un surcroît d'activité, à des remplacements ou à des créations de poste. Les cuisiniers, les chefs cuisiniers, les apprentis et ouvriers non qualifiés, les maîtres d'hôtel/sommeliers, puis les serveurs de cafés et de restaurants sont, par ordre de réponse, ceux qui génèrent le plus d'obstacles : profils inadéquats, pénuries de candidats, difficultés liées aux conditions de travail (distance, horaire, pénibilité, salaires...), ou à un

LE GROUPE VEUT SE RENFORCER DANS LES PAYS ÉMERGENTS

À BOSTON, CHOICE ACCÉLÈRE SA MUTATION

À l'occasion du 57^e congrès de la chaîne Choice, Steve Joyce, patron du groupe, a présenté une nouvelle stratégie basée non seulement sur la cohérence des marques - notamment aux États-Unis - mais aussi sur l'uniformisation des systèmes de réservations et des logiciels d'exploitation pour tout le réseau.

«La crise est derrière nous, nous devons accélérer le mouvement, et passer à la vitesse supérieure», a lancé **Steve Joyce**, p.-d.g. de Choice, dans son discours de bienvenue. Désormais, Choice est bien en ordre de bataille pour affirmer sa position de 2^e groupe d'hôtels franchisés de la planète. Les efforts pourtant ne datent pas d'hier. Ainsi, le système de distribution global a déjà fait l'objet d'investissements très importants, aux États-Unis comme en Europe. «Dans certains cas, l'utilisation de ce système permet aux hôteliers d'augmenter de 25 % leur chiffre d'affaires», souligne **Patrick Pacious**, directeur des systèmes de distribution. «Le système sera en place en France dès fin 2011», rappelle **Isabelle Rochelandet**, vice-présidente de Choice Hotels France. Notre souhait est que les hôteliers adoptent le PMS [Property Management System, NDLR] Choice Advantage le plus rapidement possible. Il fonctionne comme une boîte à outils de revenue ma-

nagement pour les hôteliers. À eux d'y piocher les services qu'ils souhaitent.» Parmi les nouvelles initiatives, Choice entend renforcer ses contacts avec la clientèle d'affaires, notamment aux États-Unis où, contrairement à l'Europe, elle ne représente que 20 % de la clientèle globale.

Accélérer le mouvement vers les pays émergents

Choice possède 11 marques aux États-Unis et trois en Europe. Le groupe entend poursuivre son développement à l'international. «Notre effort se poursuit», déclare **Mark Pearce**, vice-président de Choice International. Nous accélérons le mouvement vers les pays émergents, notamment en Inde grâce à la reprise à 100 % de notre filiale indienne. Pour accéder au même niveau que les 'grands' que sont Hilton ou IHG, Choice veut travailler avec des investisseurs ou des promoteurs, assumant la gestion en direct ou avec l'appui de sociétés de gestion. «Cette forme d'exploita-



«La crise est derrière nous, nous devons accélérer le mouvement, et passer à la vitesse supérieure», a lancé **Steve Joyce**, p.-d.g. du groupe Choice International devant un public de 6 000 personnes.

tion de la marque Comfort est déjà en place. L'uniformisation des marques des deux côtés de l'Atlantique paraît plus que jamais nécessaire. «Nous n'avons pas le même positionnement en France et aux États-Unis», rappelle Steve Joyce. La marque Clarion en est un bon exemple. Positionnée 4 étoiles en Europe, elle correspond plutôt à des hôtels 3 étoiles aux États-Unis. Nous allons donc procéder à une montée en gamme des Clarion aux États-Unis. C'est un programme de plusieurs millions de dollars et qui concernera environ 200 établissements.»

tion existe déjà en France. L'ouverture des deux hôtels Book Inn à Perpignan en est un exemple», souligne Isabelle Rochelandet. Néanmoins, «nous ne ferons pas de management en direct en France. C'est un mode de gestion que nous réservons à l'Inde», confie Steve Joyce.

La cohérence des marques demeure l'autre priorité pour Choice cette année. Aux États-Unis, un programme de moder-

Cette dynamique implique également de nouvelles formations plus pointues mises à disposition en apprentissage en ligne via Choice University. Une façon d'aider les franchisés à améliorer leur chiffre d'affaires. Les hôtels européens ont, eux, rendez-vous en octobre à Nice pour leur prochaine convention européenne Choice. Seront alors présentés la stratégie et le plan d'action de Choice pour l'Europe. **Évelyne de Bast**

EN BREF

Thierry Amirault devient président de la Fédération internationale des Logis



Thierry Amirault et Krystel Blondeau.

À l'issue de l'assemblée générale de la Fédération internationale des Logis, **Thierry Amirault** a été élu président. Thierry Amirault, qui était vice-président de la Fédération sous la mandature de **Jacqueline Roux**, a participé à la mise en œuvre de la stratégie de marque des Logis ces dernières années et souhaite poursuivre sa mission auprès de la directrice générale **Krystel Blondeau** : «Être à l'écoute, toujours mieux travailler ensemble - associations, restaurateurs-hôteliers, Fédération... - afin d'apporter aux clients actuels et potentiels une valeur ajoutée claire et de marquer la différence des Logis sur le marché», souligne Thierry Amirault, restaurateur-hôtelier, homme de terrain et membre du

réseau des Logis depuis 1995 (il est propriétaire de l'hôtel restaurant Les Palis, au Grand Fougeray en Ille-et-Vilaine).

Le nouveau bureau des Logis :

- Président : **Thierry Amirault** (vice-président des Logis d'Ille-et-Vilaine) ;
- Vice-président : **Dominique Peduzzi** (président des Logis des Vosges) ;
- Vice-présidente : **Nadine Duvaudier** (administrateur des Logis du Morbihan) ;
- Trésorier : **Daniel Juliet** (vice-président délégué des Logis de l'Ain) ;
- Trésorier adjoint : **Nicolas Mirouze** (président des Logis du Gers) ;
- Membres représentants des autres collèges : **Françoise Bernard** (présidente des Logis de Charente-Maritime) ; **Jean-Paul Carlier** (administrateur des Logis de la Nièvre) ; **Jacques Fréal** (président des Logis du Loir-et-Cher) ; **Denis Marty** (administrateur des Logis du Tarn) ;
- Jacqueline Roux a été nommée présidente d'honneur de la Fédération internationale des Logis.

«LA SITUATION FINANCIÈRE EST TRÈS SAINE»

Le groupe Bernard Loiseau résiste à la crise économique

Après les deux dernières années de crise 2008 et 2009 dans le rouge, le groupe renoue avec les bénéfices.

Réunis en assemblée générale le 18 mai dernier à Saulieu, les actionnaires de la société cotée Bernard Loiseau ont approuvé les comptes annuels 2010 : le chiffre d'affaires 2010, en hausse de 14 % par rapport à l'exercice précédent, dépasse 9,04 M€. Et le résultat net prend 202,3 % d'augmentation, passant de - 438 000 € à + 448 000 €.

L'année 2010 a été marquée par une augmentation de l'activité du groupe Bernard Loiseau de 14 % par rapport à 2009. À Saulieu, le restaurant du Relais Bernard Loiseau a maintenu ses 3 étoiles au guide Michelin. Son hôtel Relais & Châteaux a obtenu, par arrêté préfectoral du 26 août 2010, le classement 5 étoiles dans la catégorie hôtel de tourisme. Le restaurant Loiseau des Vignes, ouvert à Beaune en juillet 2007, a obtenu sa première étoile au Michelin en mars 2010, et l'a maintenue en mars 2011. Durant la fermeture d'été du restaurant Tante Marguerite en août 2010, est intervenu un important dégât des eaux. Le restaurant est resté fermé trois mois et demi. Les travaux de réfection et la perte d'exploitation ont été pris en charge par les assurances. Ce chantier a aussi été l'occasion d'effectuer



Le Relais Bernard Loiseau à Saulieu, vingt ans de 3 étoiles Michelin.

d'importants travaux de réaménagement et de mise aux normes.

Des méthodes fructueuses

L'autre restaurant parisien, Tante Louise, a connu une augmentation de 6 % de l'activité en 2010 par rapport à 2009. La proportion des activités de consulting culinaire représente en 2010 près de 1,6 % de l'activité du groupe. «La situation financière est toujours très saine, avec une trésorerie nette de 3,006 M€ au 31 décembre 2010, et un taux d'endettement très faible», souligne **Dominique Loiseau**. Le secteur de l'hôtellerie-restauration nécessite dorénavant des méthodes très rigoureuses de gestion et de rationalisation, mais non rigides. Appliquées par le groupe Bernard Loiseau depuis plusieurs années, elles ont été fruc-

tueuses puisqu'elles ont permis de faire face à la crise des trois dernières années, et d'atteindre l'équilibre du résultat du groupe en 2010. Les actions de communication et de commercialisation, tout comme la qualité des prestations de la marque Bernard Loiseau, ont clairement permis d'augmenter le taux de fréquentation, et donc d'amortir le poids très lourd des charges de structure du Relais Bernard Loiseau. L'ensemble de ces actions seront évidemment poursuivies pour atteindre l'équilibre de toutes les sociétés du groupe. Tout comme les investissements de renouvellement et d'embellissement qui seront permanents afin de préserver l'excellence des prestations et garantir ainsi l'attractivité des différents établissements et de la marque Bernard Loiseau. Nous récoltons enfin tout ce que nous avons semé depuis huit ans. Le maintien de l'excellence a payé», conclut Dominique Loiseau. Une réelle satisfaction au moment où le Relais Bernard Loiseau célèbre ses vingt ans de 3 étoiles.

Nadine Lemoine



Automatismes Accessoires Sanitaires Inox
SUPRATECH. Tél. 02 47 92 23 31. Fax 02 47 92 84 71. info@autosanit.com

LE MAÎTRE DE CÉRÉMONIE JOUE LES GRANDS SORCIERS

Jean-Pierre Biffi : voyage au goût de la vie

Potel & Chabot développe chaque année des thématiques différentes pour ses buffets et pavillons. La saison 2011/2012 est intitulée Signatures. Un concentré de richesses et de savoir-faire, en quelques tableaux. Au top.

Baptisé Signatures, le thème 2011/2012 de Potel & Chabot puise sa source dans ses métiers et son histoire. Il donne forme à un état d'esprit, une manière de recevoir, une philosophie de travail, des moments de vie. Un cheminement dans lequel la création est sans cesse en mouvement. Le grand architecte s'appelle **Jean-Pierre Biffi**. Et pour lui, intrinsèquement, Potel & Chabot est une équipe. Et toutes les mains, petites et grandes, pensent. Cette année donc, le traiteur a choisi de mettre en scène des instants et des rencontres et le fruit de ces univers, chaque 'signature' devenant un lieu chargé de sensations. Sept au total. Par lequel commencer ? Allez, prenons le 'bar'. Pas le poisson noble, mais la noblesse du zinc et "ce qu'on y mange" précise Jean-Pierre Biffi en ajoutant : "Le bar, ça oscille entre le Fouquet's et le bistrot du coin. Il y a le tartare, l'œuf dur, la cacahuète..." Cette dernière bénéficie d'un traitement particulier : des moulages sont confectionnés par Potel & Chabot. Ils ont la forme de la coque de cacahuète, mais pas question de la retirer, la préparation demande à être croquée telle quelle. Il y a aussi le Frite millefeuille tartare : le croustillant et le moelleux de frite sont restitués grâce à une succession de chips cuites ensemble. Pour Jean-Pierre Biffi, le cocktail se transforme ici en granité de Martini avec une perle d'olive. "Entre cuillère et boisson, ça paillette !", lâchet-il. Le chef pâtissier de Potel & Chabot, **Marc Rivière**, s'amuse lui aussi beaucoup quand il s'agit de laisser libre cours à son imagination ambiante. Le saviez-vous ? Le chef **Michel Calve** dirige aujourd'hui avec **Charline Michelet** et **Sébastien Sanchez** l'atelier décor de Potel & Chabot. La cuisine dans tous ses états, aurait-on envie de dire.

Buffets tableaux

Deuxième sceau : la street-food. "C'est être dans la rue et la décontraction, c'est s'arrêter près d'une fenêtre et profiter d'un sourire." **Patrick Roger de Campagnolle** est l'auteur de fresques, de 'buffets tableaux' qui brossent sur tissu ou toile ce que souhaite exprimer le traiteur et servent de point de départ à la dégustation de produits urbains comme le hot-dog, revu et corrigé au boudin de homard, ou ce pain cuit au micro-ondes, sur lequel on place une salade de coques fraîches. Il y a également le Vélo vapeur du chef et ses Papill'hong au thé. Le vélo, récupéré aux encombrants par le fils de Jean-Pierre Biffi, a été totalement réhabilité. On le déplace d'un groupe d'invités à un autre, muni d'un système de chauffe. Inspiration made in Asie. Une partition 'classique' est également jouée. Un lustre, dont les pampilles sont des verres retournés, s'étend en plateaux cloches. Des nénuphars en cire réalisés par l'artiste maison **Mona Oren** vous accueillent. Au gré des menus : Canard à la goutte, Carré de veau miroir et, sans aucun doute, un savoir-faire unique et revendiqué depuis quinze ans par le maestro : le tranchage du chaud en salle pour 800 personnes. "Une force de tranche, force de frappe",



Des nénuphars en cire accueillent les convives du buffet 'classique'.



Jean-Pierre Biffi, chef des cuisines de Potel & Chabot, nous présente le thème 2011/2012.

sourit le chef des cuisines de Potel & Chabot en soulignant : "Servir chaud, c'est participer à la féerie de la soirée et à la chorégraphie."

Le Restaurant éphémère, signature suivante, vient casser le rythme des buffets où, par définition, l'on papillonne et picore. L'une des femmes chefs de l'équipe emmenée par Jean-Pierre Biffi, **Marie Soria**, vous propose notamment la Pit'za truffe sur risotto d'artichaut. C'est un buffet dans le buffet, il se compose de quelques tables, où il fait bon s'arrêter un quart d'heure, le temps d'un plat et d'un

vin sélectionné par le sommelier **Charles Loembe**. Au-dessus de ces tables, des cloches de perles marquent l'espace et protègent implicitement les convives. Apaisant avant de reprendre la route des découvertes gourmandes.

"Des maisons différentes"

Pour ceux qui aspirent à un havre plus vert, le thème Nature est au rendez-vous. Sachez que les herbes qui viennent "égail-ler les plats", comme la tête de marguerite au vinaigre, sont pour la plupart des plantes sauvages, cueillies en saison et dans le Jura par une herboriste. Le buffet prend souvent alors l'aspect d'arbres suspendus, où "résonne le goût des régions".

Potel & Chabot, c'est une cuisine installée rue de Chaillot et aussi des pavillons... Des lieux à fort caractère, des "maisons différentes" dans lesquelles le maître de cérémonie joue les grands sorciers. Pavillon Gabriel, le petit buffet carré rouge, roule, se faufile. À Cambon, le plafond "se déchire", ouvrant sur des tables d'apparat. À Ermenonville, la salle vous emporte jusqu'au lac... L'œil averti comprendra très vite que même la vaisselle évoque le cadre qu'elle habite. Le voyage appartient à cette saison 2011/2012. Il se traduit par un partenariat en région Paca et à Bordeaux. Potel & Chabot se déplace aux côtés de traiteurs locaux et construit des partenariats nouveaux, qui permettent des prix 'non transgressifs' et aux acteurs d'être opérationnels loin de leurs bases tout en conservant l'identité de la troupe. Bien heureux enfin ceux qui feront un break dans les restaurants du stade Roland Garros, durant les Internationaux de France de tennis, dont Potel & Chabot a la responsabilité. Dans le sillage encore, les 24 heures du Mans, le salon de l'aviation du Bourget, Vinexpo en Gironde.

Sylvie Soubes

LE RESTAURANT DE SES RÊVES

Babette à nouveau derrière les fourneaux

Maule (78) Près de deux ans après avoir vendu l'ancien Jamin, Babette de Rozières retrouve le chemin des fourneaux à l'occasion de l'ouverture de la Case de Babette, l'établissement qu'elle a construit dans son propre jardin. Premier service le 28 mai.

Son restaurant n'est pas encore ouvert que le cahier de réservation affiche déjà complet. **Babette de Rozières** retrouvera ses casseroles à la fin du mois pour son plus grand bonheur, et celui de ses fidèles clients qui attendaient ce retour depuis deux ans. Cette fois-ci, la cuisinière créole a construit le restaurant de ses rêves. Elle a trouvé l'emplacement idéal, au fond de son propre jardin, à Maule (78), où elle vit depuis quatorze ans. Elle a rénové l'ancien corps de ferme situé derrière sa maison. L'ensemble se compose d'une cuisine sur mesure donnant sur un petit salon avec une table d'hôte de quatre couverts, d'une petite salle d'une vingtaine de couverts et d'un grand jardin où quelques tables seront dressées sous des paillotes ou sous les arbres. Un havre de

paix à la décoration chic et romantique, avec beaucoup de blanc, de meubles chinés, d'argenterie, de fleurs. "J'ai fait ce restaurant pour mon plaisir et pour le partager avec les clients", confie Babette qui ne travaillera que sur réservation et aux beaux jours - le restaurant sera fermé de mi-novembre à fin avril. Avec quarante couverts au maximum par beau temps, La Case de Babette restera un établissement intimiste.

Dépaysant

Sur la devanture, seuls une plaque et un menu mentionneront l'existence du restaurant. Il faudra sonner à la porte et, surtout, avoir réservé pour y entrer. La carte déclinera spécialités créoles et créations de Babette dans un menu déjeuner (24 ou 29 €) et une carte (50-60 € environ) : Boudin créole fondant, Fricassée de



Babette de Rozières, dans son jardin, où elle a aménagé son nouveau restaurant.

queues de gambas tiger légèrement safranées à la noix de coco et aux épices douces, Colombo d'agneau aux épices parfumées

des Caraïbes, Cuisse de poulet boucané au citron vert, Île flottante au coco, Dés de patate douce au sirop dans son coulis de fraise à la menthe... Dépaysant dans l'assiette, comme dans l'atmosphère, La Case de Babette, lieu de détente et de convivialité, saura faire rêver les clients en les invitant à pénétrer dans l'univers de sa maîtresse de maison. **Julie Gerbet**

LA CASE DE BABETTE

VILLA LE SAINT-VINCENT
2 RUE SAINT-VINCENT
78580 MAULE
TÉL : 01 30 90 38 97

WWW.LACASEDEBABETTE.COM



LA BOURSE

B. Loiseau	+ 3,34 %	↗
Groupe Flo	- 4,26 %	↘
Sodexo	- 1,45 %	↘

ÉVOLUTION DU COURS
ENTRE LE 16-05 ET LE 23-05-11

AVEC LE CONCOURS DE GRANDS CHEFS

LES FERNIOT TOMBENT DANS LE BOCO

Paris (1^{er}) Le journaliste gastronomique Vincent Ferniot et son frère Simon connaissent la gastronomie sur le bout des doigts, mais c'est à la restauration rapide qu'ils viennent de s'attaquer. Explications du nouveau concept des deux stratèges.

Le 12 mai dernier, les frères **Ferniot, Vincent et Simon**, ont ouvert entre l'Opéra et le Louvre, un établissement au nouveau concept de restauration rapide 100 % bio. Tout est en bocal. Entrées, plats et desserts sont conditionnés en petits bocaux de verre consignés que les clients peuvent au choix déguster sur place ou emporter et réchauffer d'un coup de micro-ondes. Pas de perte de temps : le client prend un panier en tissu, y dépose les bocaux choisis dans les étagères réfrigérées et passe en caisse. On lui remet un plateau avec ses achats, sauf ce qui doit être réchauffé (80 % des bocaux doivent l'être) et qu'il viendra chercher lui-même au comptoir quand le bipper LRS aura sonné. Ce boîtier carré en plastique noir surmonté de petites ampoules rouges, qui peut également servir de sous-verre, sonne et s'allume lorsque le plat est prêt à servir. À l'usage, on voit que les clients ne sont pas du tout réfractaires. Au contraire, ils trouvent le principe surprenant et amusant. Pour l'entreprise, c'est une sérieuse économie en coût de main-d'œuvre.

Des étoiles dans les bocaux

Dans les bocaux ? Des recettes imaginées par Vincent Ferniot mais aussi par **Gilles Goujon** - L'Auberge du Vieux Puits à Fontjoncouse (11), 3 étoiles -, **Anne-Sophie Pic** - Restaurant Pic à Valence (26), 3 étoiles -, **Emmanuel Renault** - Flocons de sel à Megève (74), 2 étoiles -, **Frédéric Bau** et **Christophe Michalak** pour les desserts. Leur nom et leur portrait (sous forme de dessin) sont sur les bocaux. Par contrat, ils s'engagent à fournir une dizaine de recettes par an parmi lesquelles les frères Ferniot vont effectuer une première sélection en fonction, en premier lieu, de la disponibilité de l'intégralité des produits en bio. Ensuite, des tests sont réalisés en cuisine et lorsqu'ils donnent satisfaction, ils sont soumis à l'approbation des chefs avant la mise sur le marché. Ceux-ci gardent ainsi la maîtrise de l'utilisation de leur nom et la garantie qu'il soit toujours associé à des produits de qualité. "Je voulais faire bio et bon, j'ai donc fait appel à des chefs que je connais bien et qui ont adhéré à ma démarche. Ils sont cinq, mais j'espère encore étoffer la gamme", confie Vincent Ferniot. Les prix : des entrées s'échelonnent de 3,80 € à 6,30 €, de 6,20 € à 9,30 € pour les plats et entre 2,30 € et 4,50 € pour les desserts. "Boco s'adresse au plus grand nombre,



"Je voulais faire bio et bon, j'ai donc fait appel à des chefs que je connais bien et qui ont adhéré à ma démarche. Ils sont cinq, confie **Vincent Ferniot**, aux côtés de son frère **Simon** (à droite).

donc on marge peu, explique le journaliste. On veut rester accessibles avec un ticket moyen autour de 15 €."

Le restaurant, dont la décoration proche du bistrot parisien est signée du cabinet RDAI (Rena Dumas Architecture Intérieure), dispose de 55 places assises. Les clients du quartier peuvent opter pour la livraison à domicile par triporteur électrique. Quant à la vente à emporter, c'est évidemment la partie à développer à tout prix. "C'est pour cela que nous ouvrons jusqu'à 20 h 30. Les clients doivent penser à passer chercher leur dîner", dit Vincent Ferniot. Parce que l'impératif des citadins, c'est le gain de temps, il est aussi possible de passer commande par téléphone avant de venir chercher ses plats.

Le bio, cheval de bataille

Les bocaux sont produits dans un laboratoire de 200 m² à Vincennes (94). Sur l'étiquette, souvent inspectée par les amateurs de bio, on retrouve la date limite de consommation comprise entre 4 et 6 jours, mais aussi la liste complète des ingrédients et la certification bio avec le logo AB. Le bio est le cheval de bataille des deux frères. Simon Ferniot, ancien de l'école hôtelière de Lausanne qui a exercé ses talents dans le marketing, notamment chez Disney, a fondé, dirigé, puis vendu la société de compléments alimentaires bio Isodis Nature. Le bio, il y croit. Il a converti Vincent. Tous deux ont cherché leur concept (des mois de travail), l'emplacement (l'ex-restaurant Bioboa dont ils ont racheté le fonds de commerce) et leurs

associés, même s'ils restent majoritaires. 4 salariés au laboratoire et 6 équivalents temps plein ont été recrutés. 8 semaines de travaux et un investissement de 180 000 € plus tard, Boco est arrivé. Les deux hommes au tempérament bien trempé espèrent essayer, dans un premier temps à Paris. La taille du laboratoire leur laisse une belle marge de manœuvre. Ils pensent aussi à d'autres voies pour distribuer leurs bocaux. Pourquoi pas dans les hôtels en room-service ou des desserts à disposition dans le minibar ? Les pistes ne manquent pas.

Nadine Lemoine

BOCO

3 RUE DANIELLE CASANOVA
75001 PARIS
TÉL : 01 42 61 17 67
WWW.BOCOBIO.COM

Dans les Boco



Par contrat, les 5 grands chefs qui sont de l'aventure s'engagent à fournir une dizaine de recettes par an. Ici, **Anne-Sophie Pic**.

- Tendon de veau confit, chutney de prune et pomme mousseline : 8,60 € (**Anne-Sophie Pic**)
- Tajine de légumes confits et fruits, semoule de blé : 6,20 € (**Gilles Goujon**)
- Lasagne de polenta, champignons aux épinards : 6,70 € (**Emmanuel Renault**)
- Blanquette de poulet comme à la ferme : 7,80 € (**Vincent Ferniot**)
- Mi-cuit noir et 'café au lait' : 3,80 € (**Frédéric Bau**)
- Crème caramel au beurre demi-sel : 3,40 € (**Christophe Michalak**)

Un investissement de 180 000 € et 8 semaines de travaux ont été nécessaires pour créer Boco.

EN BREF

Le 9 juin 2011 : 3^e édition des Chefs solidaires du Sidaction

Les restaurants qui participent aux Chefs solidaires reversent 10 % de la recette du 9 juin prochain à Sidaction sous forme de don. Le restaurateur ne change pas sa carte ni ses habitudes et permet aux clients d'associer leurs repas à une bonne action. La liste des restaurants qui participent à l'opération est disponible sur http://www.sidaction.org/ewb_pages/c/chefs_solidaires.php. Les outils sont mis à disposition des restaurateurs : affiches personnalisables, flyers - pour faire la promotion de l'événement en amont -, et des rubans rouges sont à la disposition des clients ou du personnel. Les dons effectués par les entreprises ouvrent droit à une réduction de leur impôt sur les sociétés ou de leur impôt sur les revenus. 50 % des fonds nets collectés serviront à soutenir des programmes de prévention et d'aide aux malades et 50 % à financer la recherche et les soins. Ces fonds seront redistribués avant la fin de l'année.

Information et inscription : **Laurence Tailleferd** • Tél. : 01 53 26 49 92 • l.tailleferd@sidaction.org

N.L.



EN MISANT SUR LE CONTRAT D'AVENIR

C'heu l'Zib cultive le passé

Menetou-Salon (18) Cette table traditionnelle figée dans le temps au cœur du vignoble a lourdement investi pour aller de l'avant.

Entre Bourges et Sancerre, en plein cœur du petit vignoble de Menetou-Salon, l'auberge C'heu l'Zib est une véritable institution dont la renommée dépasse largement les frontières de la région. Le restaurant créé en 1937 par **Léon Fontaine**, qui le confia un an plus tard à son fils **Albert** (dont le surnom était 'le Zib') et à son épouse **Germaine**, semble figé dans le temps. La salle de restaurant n'a pas bougé : toujours le même poêle à bois, les grandes tables et la décoration campagnarde. **Marie-Claude**, la fille d'Albert et de Germaine, officie en cuisine pour préparer les recettes traditionnelles comme le brochet à la crème et la charlotte au chocolat. "Les clients viennent de loin pour déguster ces plats qui sont au menu tous les jours, explique Marie-Claude, mais je pré-



"Je crois avoir respecté ce contrat", précise **Dorothee Fontaine** (à g.) aux côtés de sa mère **Marie-Claude**.

pare aussi des recettes classiques de cuisine campagnarde en sauce comme le coq au vin, le jarret de veau au vin blanc. Ici pas de places

réservées, tout le monde s'assied sur de petites chaises berrichonnes autour de grandes tables et le service est assuré au plat, à l'ancienne." La maison est aussi une vitrine des produits régionaux : pour le vin, le choix se limite au menetou-salon avec la mise en avant de tous les viticulteurs, le fromage laisse une très grande place au crottin de Chavignol et les sirops à la maison Monin de Bourges. À 69 ans, Marie-Claude, qui a hérité de la maison en 1999, est en cuisine avec sa cousine et, depuis 2006, elle est désormais appuyée par sa fille **Dorothee** qui assure également la gérance de l'établissement.

200 000 € d'investissement

Après une formation de BTH au lycée Jacques Cœur de Bourges, Dorothee avait quitté la maison pour gérer une poissonnerie. Elle est revenue au Zib avec une vision claire du développement : "Préserver l'outil tel qu'il était mais aussi le gérer autrement, faire preuve d'innovation et surtout investir." Un investissement de plus de 200 000 € vient ainsi d'être réalisé avec mises aux normes - électriques, accessibilité - de tout

l'établissement, création d'une nouvelle cuisine avec chambres froides, de sanitaires. "Nous avons investi pour offrir de meilleures conditions de travail au personnel et maintenir l'établissement au moins pour vingt ans", assure Dorothee. Les travaux menés durant six mois ont quelque peu perturbé l'établissement. Les trois salles de restaurant, elles, sont restées intactes. Pour Dorothee, adhérente de l'Umih 18, ce projet s'inscrit avant tout dans le cadre du contrat d'avenir : "J'ai investi, embauché, offert une mutuelle aux employés plus tôt que prévu et les prix sont bloqués depuis 2008 : je crois avoir respecté ce contrat". Elle se plaint ainsi que l'actualité se focalise trop sur les restaurateurs qui ne respectent pas leurs engagements : "Il n'y a aussi des restaurateurs qui s'engagent, qui tiennent leurs promesses, investissent au profit du développement local et du tourisme. Il faut que cela se sache". **Jean-Jacques Talpin**

C'HEU L'ZIB

2 ROUTE DES AIX • 18510 MENETOU-SALON
TÉL. : 02 48 64 81 20
WWW.CHEULZIB.COM

250 COUVERTS PAR JOUR

Red d'Hippo, Hippopotamus en version rapide

Groupe Flo a fait de la demande des consommateurs d'un temps de restauration toujours plus court l'axe de développement d'une nouvelle enseigne, Red d'Hippo. Sa promesse : servir un repas en trente minutes.

Petit frère d'Hippopotamus, l'enseigne Red d'Hippo a ouvert ses portes en décembre dernier au sein du CNIT de La Défense (92). Impulsé par Groupe Flo, ce nouveau concept de restauration vise à s'adapter aux attentes des consommateurs et à se positionner sur le créneau de la rapidité.

Patrik Le Mazou, directeur marketing de Groupe Flo "Red, un nom aussi court que la durée du repas, évoque le rouge, la couleur d'Hippopotamus dont Red d'Hippo reprend les fondamentaux : savoir-faire, expertise et générosité. Nous garantissons à notre clientèle de manger en trente minutes chrono. Red d'Hippo est un dérivé d'Hippopotamus : le service, l'offre et l'organisation y sont différents".

"Design plus moderne"

D'une surface de 600 m², ce premier établissement pilote dispose d'une capacité d'accueil de 160 places assises. Une déco tout en rouge et noir, des matériaux alternant bois et métal, sans oublier la brique chère à Hippopotamus : l'ambiance se veut chaleureuse et contemporaine. "Pour montrer le lien entre les deux enseignes, nous avons souhaité garder certains éléments d'Hippopotamus. La différence réside dans le design plus moderne - formes cubiques, droites - de Red d'Hippo", précise Patrik Le Mazou.

Le client peut décider de manger sur des tables mange-

debout où la table est déjà dressée (pain, eau et sauces sur table). Il peut également se restaurer au comptoir - face aux cuisines (15 places) car Red d'Hippo souhaite être 'transparent' envers sa clientèle. Ce gage de qualité permet de voir son burger se préparer à la commande. Troisième option : le coin vente à emporter, le client pouvant commander soit en caisse, soit aux bornes automatiques.

La carte, est épurée et offre un choix de 5 entrées, 10 plats et 5 desserts. Il n'y a pas de formule. Le best-seller : le Red Burger (où le steak haché est remplacé par un filet de bœuf charolais). Bien sûr, comme chez Hippopotamus, la carte de Red d'Hippo propose exclusivement de la viande rouge (98 % de races françaises), sous forme de burger ou en pièce.

Après cinq mois d'ouverture, l'établissement fait 250 couverts par jour, dont 50 en vente à emporter. Le ticket moyen est de l'ordre de 23 €, contre 22 € pour un Hippopotamus. "C'est supérieur à ce qu'on pouvait imaginer. Le taux de prise de café a doublé par rapport à un Hippopotamus. Pourquoi ? En trente minutes, la clientèle prend un plat et un dessert ; elle s'aperçoit qu'elle a finalement le temps de prendre un café, et se laisse tenter", constate Patrick Le Mazou. Red d'Hippo est ouvert du lundi au samedi de 11 heures à 17 heures. Le directeur marketing



Le client peut regarder la préparation de son plat.

conclut : "À terme, nous souhaitons implanter la marque Red d'Hippo dans les centres-ville, dans les lieux où il y a une forte activité : gares, aéroports... Le concept sera développé sous un format plus petit, qui permet d'être plus modulable - 200 m² avec 50 places assises. Nous allons en ouvrir un deuxième en propre, à la rentrée 2011." Hippopotamus (150 établissements dans l'Hexagone), la marque phare de Groupe Flo compte bien, quant à elle, poursuivre son développement, avec 20 ouvertures prévues par an. **Hélène Binet**

In Extenso

experts-comptables

Un leader de l'expertise comptable qui accompagne au quotidien plus de 5 000 hôteliers et restaurateurs

comptabilité • gestion • conseil • social et paies • juridique • audit •

Deloitte.

www.inextenso.fr



POUR PROMOUVOIR UN NOUVEAU PRODUIT ET UN CONCEPT MODERNISÉ

Campanile s'éclate à la télévision

Après trois ans d'absence sur le petit écran, la chaîne revient avec une nouvelle campagne télévisuelle. Confiée à l'agence NextIdea, celle-ci a débuté le 16 mai, et durera un mois complet. Un vaste programme de communication pour lancer un repositionnement résumé par le slogan "Campanile, ça change tout".

Il y avait déjà eu le slogan "Campanile, vos envies changent, nous aussi", désormais, il y aura "Campanile, ça change tout". Et question changement, la chaîne sait de quoi elle parle. Car le produit Campanile 'nouvelle génération' n'a plus grand-chose à voir avec l'ancien. Le concept de chambres décliné par **Patrick Jouin**, est désormais en place dans 25 % du parc ; la nouvelle offre restauration avec la carte de **Pierre Gagnaire** l'est dans 85 % des hôtels. Sans compter toute la gamme de nouveaux services déjà présente dans 100 % du réseau (wifi gratuit et literie haut de gamme entre autres). "Nous avons attendu pour communiquer que le nouveau produit soit bien installé dans le paysage français", déclare **Marie-Pierre Mottin**, vice-présidente marketing & business development. "Le concept Campanile est ancré très fortement dans l'imaginaire des clients, et fait partie en quelque sorte du patrimoine hôtelier, avec ses points forts - sa structure motel, ses gérants à l'ancienne et une restauration autour du buffet à volonté. Il fallait juste moderniser le



Un extrait de la campagne télévisuelle de Campanile lancée le 16 mai dernier.

concept et l'image de marque devenue 'vieillot', ajoute-t-elle.

Inviter les clients à se lâcher

Les études menées auprès des clients vont aider la chaîne à asseoir sa communication. "Nous savions que notre cœur de clientèle restait le voyageur d'affaires. Nous avons compris par nos enquêtes qu'il aspirait à des moments de détente et de relaxation chaque fois qu'il sort de son contexte

de travail. Notre idée est donc de lui montrer que Campanile est la chaîne qui a le mieux compris ses attentes et lui offrir un lieu et un espace où il peut se 'détresser'." Le nouveau Campanile est un lieu où l'on peut vivre décontracté, sans négliger pour autant le confort, avec une nouvelle literie encore plus confortable, des couettes, le wifi gratuit partout dans l'hôtel, une restauration goûteuse et contemporaine signée Gagnaire. "Le

Restaurant Campanile est un concept à part entière : 50 % de nos clients en restauration ne sont pas des clients de l'hôtel", ajoute Marie-Pierre Mottin.

Plus de 70 millions de contacts attendus

La mise en image de ce nouveau message a été confiée à l'agence NextIdea, experte en repositionnement de marque, filiale du groupe Lagardère, qui travaille depuis un an déjà avec Campanile, et avec ses deux réalisateurs, les frères **Salto**, qui ont su mettre en valeur le produit. "L'objectif pour Louvre Hotels Group dans cette campagne est double : modifier l'image de marque de Campanile et générer de nouveaux flux de clientèle vers les hôtels." Ce devrait être a priori le cas étant donné le choix des supports d'audience. La chaîne devrait en effet capter sur un mois plus de 70 millions de contacts grâce à ce film de 30 secondes. Une campagne orientée 'produit', très visuelle et habilement menée, qui permet aussi à Campanile de se positionner en catégorie 3 étoiles, sans jamais communiquer sur le prix. **Évelyne de Bast**

"LA RÉGION BORDELAISE S'EST IMPOSÉE"

La belle histoire du Pont Bernet se poursuit

Le Pian-Médoc (33) Jean-Christophe Ollivier a racheté avec son épouse l'hôtel-restaurant Le Pont Bernet aux portes du vignoble médocain. Christian Sauvage lui a remis les clés le 14 mai dernier.

Bienvenue dans le Médoc. Désormais l'avenir c'est vous. Et je sais que l'on peut vous faire confiance." **Christian Sauvage** ne cachait pas son bonheur. Fervent défenseur de la profession et propriétaire de cette maison depuis 2006, il ne pouvait rêver meilleur choix pour assurer la continuité. **Jean-Christophe** et **Françoise Ollivier** ont eu un coup de cœur pour cette institution, ancrée ici depuis 1896. Le jeune quadragénaire jusqu'ici maître sommelier au prestigieux Beau Rivage à Genève raconte "Quand notre fils **Alexis** a intégré les compagnons du devoir en pâtisserie, nous nous sommes dit qu'avec deux enfants avec nous - **Mélanie-Léa**, 13 ans et **Paul**, 7 ans -, c'était le moment d'acheter un hôtel-restaurant. Par son dynamisme, la région bordelaise s'est imposée aussi naturellement que le Pont Bernet." Propriétaire depuis le 14 mars des murs et du fonds de commerce, le couple a aussitôt engagé des travaux pour transformer d'ici à un an l'intégralité de l'établissement, doté de 18 chambres, à l'enseigne Logis.

Rénovation totale au programme

Le 14 mai, quelque 200 invités - parmi lesquels nombre d'hommes politiques et de peintures de la profession - ont découvert les premières transformations : la superbe terrasse en teck où se glissent 50 couverts, le parc sur 1 hectare, paysagé et éclairé. Côté cave, le maître sommelier de l'Union de la



"Cette maison porte bonheur", a lancé **Christian Sauvage** (à droite) en remettant la clef du Pont Bernet à **Jean-Christophe** et **Françoise Ollivier** (au premier plan à gauche). Au fond, au centre, le maître d'hôtel, **Maryse Damas**.

sommellerie française a déjà réuni 250 références. Côté cuisine, **Françoise Ollivier**, qui avait mis entre parenthèse son métier démarré à l'âge de 13 ans, va renouer avec le piano. "Avec **Philippe Damas**, qui est ici depuis son apprentissage en 1968, nous serons donc deux chefs", lance-t-elle en riant. Elle ajoute : "L'équipe 'historique' de 7 personnes est restée en place. Ce sont des passionnés." À l'instar du maître d'hôtel **Maryse Damas** qui n'est autre que l'arrière-petite-fille de **Marthe Eyquem**, la fondatrice du Pont Bernet. **Brigitte Ducasse**

HÔTEL-RESTAURANT LE PONT BERNET
1160 ROUTE DE SOULAC • 33290 LE PIAN-MÉDOC
TÉL. : 05 56 70 20 19
WWW.PONT-BERNET.FR

ILS ONT OPTÉ POUR LA LICENCE ACE HÔTELS

"Un patrimoine, cela évolue"

Clermont-Ferrand (63) Après la vente de l'entreprise familiale, Yvette et Jean-Paul Leclerc ont investi dans deux hôtels à Paris, et un troisième en Auvergne.



Serge Godard, maire de Clermont-Ferrand, **Yvette**, **Jean-Paul**, **Franck** et **Nathalie Leclerc**, le jour de l'inauguration.

Yvette et Jean-Paul Leclerc, déjà propriétaires de deux hôtels à Paris, ont saisi une opportunité à Clermont-Ferrand, dans le quartier République. Ils ont vu une opportunité dans l'évolution du secteur : nouvel hôpital, école de police, école supérieure de commerce en projet.

Ils ont opté pour la licence Ace Hôtel, inventée et mise en place par une entreprise auvergnate, Sighor (Société des indépendants gestionnaires en hôtellerie restauration). Après un an de travaux, uniquement avec des entreprises locales, l'établissement de 77 chambres a ouvert ses portes à la mi-janvier dernier. "Il faut toujours penser au futur. Un patrimoine, cela évolue, cela change, lance Yvette Leclerc. Et nos enfants, **Franck** et **Nathalie**, sont avec nous." L'Ace Hôtel clermontois emploie six personnes, et les deux hôtels parisiens dix chacun. Aucun ne dispose de restauration, et tous sont classés 3 étoiles. "Nous visons une certaine qualité, sans entrer dans le luxe", assurent les propriétaires. **Pierre Boyer**

ACE HÔTEL CLERMONT-FERRAND CHU ESTAING
61 RUE DU RESSORT • 63100 CLERMONT-FERRAND
TÉL. : 04 73 14 96 96
WWW.ACE-HOTEL.COM/HOTEL/ACE-HOTEL-CLERMONT-FERRAND-CHU-ESTAING



LA BOURSE

Accor
- 1,15 % ↘

SBM
+ 0,00 % →

Hôtels de Paris
- 8,61 % ↘

Club Med
- 1,58 % ↘

Groupe Partouche
- 11,97 % ↘

ENTRE LE 16-05 ET LE 23-05-11

VERS UNE RECONNAISSANCE DE LA CLIENTÈLE PARISIENNE

Les jeunes hôteliers alsaciens se regroupent pour mieux communiquer

Les jeunes hôteliers d'Alsace du nord, à la tête d'entreprises familiales et indépendantes, se sont regroupés au sein de deux associations, soutenue par la Région, pour mieux promouvoir leur territoire.

L'arrivée du TGV devait permettre de faire venir des parisiens en Alsace. Mais trop souvent, ceux-ci font l'aller et retour dans la journée. Sous l'impulsion de **Mariette Siefer**, du comité régional du tourisme, les hôteliers situés au nord de l'Alsace, qui se considèrent comme délaissés au bénéfice de l'Alsace du sud, se sont mobilisés en créant deux associations : l'Alsace insolite qui regroupe 5 hôteliers-restaurateurs, et Spa in Alsace, qui regroupe 7 hôteliers (pour un parc de 300 chambres) autour d'une offre spa diversifiée et de qualité. Ces deux associations bénéficient du soutien de la



Région, qui participe à hauteur de 50 % au budget de fonctionnement pour la 1^{re} année, en liaison avec l'État et l'Europe, autres partenaires financiers de l'opération. Pour assurer un niveau de qualité indispensable, les 7 membres de Spa in Alsace ont choisi de créer une charte qualité portant sur six points

clés qui seront contrôlés par un suivi qualité et une visite mystère : les équipements, le personnel, les soins, l'accueil, l'ambiance et le confort. "Nous avons créé notre propre charte pour promouvoir la qualité des spas au sein de la région Alsace, déclare **Pierre Weller**, président de l'association. Nous tenons beaucoup à la qualité de nos spas. Le personnel qui y travaille est diplômé et doit effectuer une formation auprès des marques choisies par chaque spa comme Cinq mondes, Sothys, Carita, Decléor..."

de proximité, ces hôtels accueillent aussi beaucoup d'Allemands et de Belges. Désormais situés à deux heures et demie de Paris, ces hôtels veulent mieux se faire connaître de la clientèle parisienne et envisagent la mise en vente de produits ciblés courts séjours et week-ends, incluant une location de voiture, indispensable pour accéder aux hôtels.

Évelyne de Bast



Pierre Weller, président de l'association Spa in Alsace.

Les établissements membres

Spa in Alsace

La Clairière, à La Petite Pierre (67)
La Source des Sens, à Morsbronn-les-Bains (67)
L'Hostellerie des Châteaux, à Ottrott (67)
Le Parc, à Obernai (67)
L'Hôtel Julien, à Fouday (67)
La Cheneaudière, à Colroy-la-Roche (67)
Les Violettes, à Jungholtz (68)

Alsace insolite

Hôtel-restaurant Anthon, à Obersteinbach (67)
À l'Étoile, à Mittelhausen (67)
Le Cygne, à Gundershoffen (67)
La Clairière, à La Petite Pierre (67)
La Source des Sens, à Morsbronn-les-Bains (67)

15 % du CA des hôtels

Pour ces hôtels, l'activité spa est loin d'être négligeable. Les établissements font en moyenne 15 % de leur chiffre d'affaires avec le spa. Certains sont même tellement appréciés qu'il faut réserver plusieurs semaines à l'avance. Les hôtels, conscients de l'évolution de la demande, multiplient les investissements. Alors que la surface moyenne consacrée aux spas oscille entre 500 et 1 000 m² dans ces établissements, la Source des sens à Morsbronn-les-Bains, la Cheneaudière à Colroy-la-Roche et l'Hôtel Julien à Fouday ont engagé d'importants travaux pour en doubler, voire tripler, la surface. Tous les spas de l'association sont gérés en direct par l'hôtel et ouverts à l'extérieur. Très fréquentés par la clientèle

UNE INTENTION D'ACHAT 4 FOIS PLUS ÉLEVÉE

Facebook : la porte ouverte au 'social booking' ?

Le réseau social n'est pas seulement un moyen de faire connaître son établissement. Il peut également constituer un point de vente supplémentaire à condition d'inclure un module de réservations sur sa page Facebook. Explications.

De plus en plus d'établissements s'intéressent à Facebook en y ouvrant une page fan. Jusqu'à récemment, la page fan permettait seulement d'établir un contact informel avec le prospect, de profiter d'un effet réseaux et de recommandations. Mais beaucoup ne voyaient pas encore l'intérêt d'animer une page fan. L'avantage est maintenant plus clair : depuis quelques mois, vous pouvez installer un module de réservation sur la page Facebook de votre hôtel. Facebook devient ainsi un canal de réservation, un point de vente. Le bal a été ouvert par Booking.com, qui a proposé son application le premier. Le client étant celui de l'hôtel, la commission n'est que de 3%. Availpro a lancé son application le 1^{er} mars dernier et plus de 300 hôtels utilisent actuellement cette dernière sur leur page Facebook. L'installation est gratuite jusqu'au 30 juin 2011 pour les hôtels utilisant déjà ce bouton réservation sur leur site ; après cette date, l'installation sera facturée 500 €, les frais de 2,5 € par réservation s'appliquent dans les mêmes conditions que sur le site de l'établissement.

Reservit permet l'installation de son module depuis la fin du mois de mars. Près de 200 hôtels ont installé l'application sur leur page fan. Il n'y a pas de frais d'installation, celle-ci est très simple et automatisée. Il suffit bien souvent de cliquer sur le bouton d'installation et d'indiquer les références de son établissement pour mettre en place une page de réservation sur Facebook. L'utilisation de l'application est gratuite et les ventes se font dans les mêmes conditions tarifaires que sur votre site internet. L'application va puiser son stock dans celui de la base, vous n'avez pas de planning supplémentaire à renseigner. Dans ces conditions, l'ouverture d'un point de vente supplémentaire a un coût marginal nul, ce qui est suffisamment rare pour être souligné (jusqu'à fin juin pour Availpro). Facebook revendique 20 millions d'utilisateurs actifs en France dont près de 6 millions ont plus de 35 ans et l'intention d'achat y serait 4 fois plus élevée que sur un autre média (selon une étude du cabinet d'expertise et de conseil Nielsen Etude Brandlift consacré à Facebook et datant d'avril 2010).

Thomas Yung

Pour installer les applications :

- Reservit : <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=190818444289404>
- Booking : <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=139678382761854>
- Availpro : http://apps.facebook.com/availpro_be/ ou <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=204189419596803>

ECO-COMBATTANT

ON A DU PUNCH
Pour le développement durable
Livrer en une seule fois pour un CO₂ réduit
Soutenir la filière AB
Privilegier les fournisseurs locaux responsables

RCS Orléans 433 827 332

N°Azur 0 81 65 65 83
PREMIER APPEL GRATUIT

TRANS GOURMET
Engagé à vos côtés

www.transgourmet.fr

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

Il existe une limitation du nombre de débits de boissons par rapport au nombre d'habitants

Bonjour, pouvez-vous me dire si le cumul des licences (2, 3 et 4) est contingenté par rapport au nombre d'habitants ? Merci d'avance.

Noalany

Effectivement, on peut dire que le nombre de débits de boissons est contingenté par rapport au nombre d'habitants. L'article L.3331-1 du code de la santé publique interdit d'ouvrir un débit de 2^e ou 3^e catégorie lorsque le nombre des débits de boissons de 2, 3 et 4^e catégorie déjà existants dans la commune atteint, ou dépasse, la proportion d'un débit pour 450 habitants. Ce qui veut dire que si la commune a atteint son quota de débits de boissons, il ne sera pas possible de demander la délivrance d'une licence de 2^e ou 3^e catégorie. En outre, il est interdit d'ouvrir un débit de boissons de 4^e catégorie. Ces licences ne sont plus délivrées par l'administration. Pour se procurer une licence IV, le professionnel doit racheter une licence existante pour la transférer dans son établissement. En effet, il est possible de transférer dans une commune une licence de débit de boissons dans les conditions prévues par l'article L.3332-11 du code de la santé publique. Le transfert d'une licence consiste à déplacer une licence d'une commune à l'autre dans un même département. Au-delà du département, le transfert de licence ne peut se faire que vers un hôtel ou un terrain de camping, classés tourisme.

De même, n'est pas considéré comme l'ouverture d'un nouveau débit la translation d'une licence, c'est-à-dire le déplacement géographique d'une licence à l'intérieur d'une même commune. Mais à la condition qu'elle soit effectuée par le propriétaire du fonds et que cela n'augmente pas le nombre des débits existants dans la commune. En revanche, les licences restaurant, qui permettent de servir des boissons en accompagnement et en accessoire de la nourriture, ne sont pas contingentées. Par conséquent, ces licences ne sont pas prises en compte pour apprécier le quota de débits de boissons par rapport au nombre d'habitants, et il est toujours possible de s'en faire délivrer, quel que soit le nombre de débits de boissons dans la commune.

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

Quel texte sanctionne l'absence de dispositif de sécurité d'une piscine ?

Pouvez-vous me dire quel est le texte qui prévoit les sanctions pénales pour l'absence de dispositif de sécurité dans une piscine, à savoir : 45 000 € pour les personnes physiques, 225 000 € pour les personnes morales et l'interdiction d'exercer ?

X.F. par courriel

Il s'agit de l'article L.152-12 du code de la construction et de l'habitation qui prévoit que le non-respect des dispositions aux articles L.128-1 et L.128-2 relatifs à la sécurité des piscines est puni de 45 000 € d'amende. Cet article prévoit aussi des sanctions pour les personnes morales déclarées pénalement responsables. Elles encourent une amende dont les modalités sont prévues par l'article 131-38 du code pénal qui fixe le taux maximum de l'amende applicable aux personnes morales à 5 fois celui prévu pour les personnes physiques, soit un montant de 225 000 €. L'article L.128-2 prévoit aussi, en peine complémentaire, l'interdiction d'exercer l'activité dans le cadre de laquelle l'infraction a été commise.

Le dispositif juridique très strict relatif à la sécurité des piscines privées, à usage collectif ou individuel, a été mis en place par une loi du 3 janvier 2003 afin de réduire le nombre de noyades et en particulier d'enfants. Cette loi est codifiée dans le code de la construction et de l'habitation.

Les apprentis ont droit à 5 jours de congé pour réviser leurs examens

J'ai lu dans votre journal qu'un apprenti bénéficiait de jours de congés supplémentaires pour préparer ses examens. Comme je n'avais pas d'apprenti à l'époque, je n'ai pas conservé le texte. Pourriez-vous me rappeler le principe et les références des textes ?

Nina

Un apprenti bénéficie de 5 jours de congés supplémentaires pour préparer ses examens. Aux termes de l'article L.6223-4 du code du travail, l'employeur doit veiller à l'inscription et à la participation de l'apprenti aux épreuves conduisant au diplôme ou au titre prévu par le contrat. Quant à l'article L.6222-35 du code du travail, il prévoit pour la préparation des épreuves que l'apprenti ait droit à un congé supplémentaire de cinq jours ouvrables pendant lesquels il doit suivre les enseignements organisés dans le centre de formation dédié à la préparation des examens. Ce congé de 5 jours doit être situé dans le mois qui précède les épreuves. Pendant ce congé, l'apprenti bénéficie du maintien de son salaire. Le code du travail précise aussi que ces 5 jours viennent se rajouter aux 30 jours de congés payés auxquels a droit l'apprenti. Il ne faut donc pas les déduire de ses congés payés. Nous vous rappelons qu'une réponse ministérielle (Rép. Dimeglio : An XIV-10-1996) est venue préciser que l'apprenti bénéficiait de ces 5 jours supplémentaires même en l'absence de cours organisés par le CFA. L'apprenti peut donc aussi prétendre à ces 5 jours pour réviser ces examens chez lui.

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



MOBILIER & ART DE LA TABLE
POUR HÔTELS, RESTAURANTS
ET COLLECTIVITÉS



WWW.2IM AHL.FR

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

CONCUL PAR DES
HÔTELIERS-RESTAURATEURS
ET DES EXPERTS COMPTABLES

- ✓ 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

ChrOffice
L'OFFICE DE LA RESTAURATION



Spécialiste en
Hôtellerie Restauration
depuis plus de 15 ans

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

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

www.actifh.com



**Votre Expert Comptable indépendant est aussi
Spécialiste du social et de la paye**

Assistance - Conseil - Sécurisation

Traduction sur fiches de paye des choix et obligations
(Art 83 - TEPA - Prévoyance ...)

LEHUJEUR Jean-Yves - 120, bis bld du Montparnasse - 75014 Paris

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

Transformez
votre véhicule
en utilitaire
réfrigéré

FRIGOFLEX
RESTEZ ZEM ET FLEXIBLES

www.frigoflex.com
+33(0)1 30 68 54 76



DÉVELOPPEMENT DURABLE

UN ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL EXEMPLAIRE

Le Best Western Hôtel de la Régate lave plus vert

Nantes (44) Le site d'implantation de ce 3 étoiles de charme était protégé. Ses propriétaires - Carolyne, Pascal et Loïc Pérou - ont conçu un établissement modèle, récompensé par l'écotéteur européen et le label Très Haute Performance énergétique (THPE).

Situé au nord-est de Nantes, à deux pas du stade de la Beaujoire et du parc des expositions, l'établissement hôtelier de Carolyne, Pascal et Loïc Pérou jouxte le Manoir de la Régate, restaurant gastronomique abrité dans un manoir du XIX^e siècle, qui fait la réputation de la fratrie depuis quatorze ans. Comme lui, il jouit d'un environnement privilégié : l'Erdre coule à ses pieds, le site - bucolique à souhait - est protégé... Des caractéristiques qui ont valu à ses propriétaires de devoir penser un projet intégré au milieu naturel, avec une empreinte



Un toit végétalisé s'étend sur 900 m². Il assure étanchéité et isolation.

Les cloisons des chambres abritent un fort isolant acoustique.

énergétique et environnementale la plus réduite possible. Cinq ans de réflexion et une collaboration avec les cabinets d'architecture IDEA et Eiffage et le cabinet conseil Martin Beauchêne Ingénierie seront nécessaires. La construction, assurée en quinze mois, aura coûté 12 % de plus qu'un bâtiment traditionnel, avec un retour sur investissement prévu en six ou sept ans. En raison de ses performances énergétiques, l'établissement s'est vu décerner le label THPE et son engagement écologique a été récompensé par l'écotéteur européen.

Zoom sur... la pompe à chaleur à géothermie profonde

Le site n'était pas alimenté en gaz naturel, et ne disposait pas d'un espace de stockage bois suffisant pour une chaufferie bois énergie. Les convecteurs et les cassettes de climatisation réversibles étaient incompatibles avec les performances énergétiques recherchées. La solution adoptée pour la production d'énergie nécessaire au chauffage du bâtiment a donc été une pompe à chaleur géothermique. De marque Viessmann et d'une puissance de 72 kW, celle-ci est raccordée à 11 forages de 100 m de profondeur disposés autour de l'hôtel et chargés de récupérer l'énergie présente naturellement dans le sol, pour la restituer à l'eau de chauffage. Cette eau circule ensuite dans un plancher chauffant



La pompe à chaleur à géothermie profonde Viessmann.

à basse température. Chaque pièce de l'hôtel est chauffée indépendamment par une boucle de plancher chauffant.

Un coefficient de performance annuel de 4

L'appareil permet également de rafraîchir l'hôtel en période estivale. Le système Natural-Cooling fait circuler l'eau

dans les forages pour capter la fraîcheur du sol. Grâce à un échangeur, cette fraîcheur est ensuite transmise dans les circuits du plancher afin de permettre un abaissement de la température ambiante d'environ 2 °C. Le taux de performance annuel de la pompe à chaleur à géothermie est de 4, c'est-à-dire que lorsque la pompe à chaleur consomme 1 kWh au compteur EDF, elle fournit 4 kWh de chaleur au bâtiment. Le coût du kWh EDF est divisé par 4 pour le chauffage du bâtiment, ce qui permet d'obtenir une dépense annuelle pour le chauffage inférieure au coût du gaz naturel. En comparaison, une pompe à chaleur aérothermie dans la région atteint rarement un coefficient de performance annuel supérieur à 2,5.

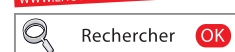
Les grands travaux

La production de chauffage est assurée par une pompe à chaleur à géothermie profonde (voir ci-contre). L'hôtel dispose de plusieurs systèmes : une ventilation simple à flux hygro-réglable dans les chambres ; des ventilations double-flux à récupération d'énergie pour l'accueil, les salles de petit déjeuner, de sport et séminaire. De quoi entraîner une économie d'énergie de près de 80 % par rapport à une solution classique. Les besoins annuels en eau chaude sont couverts à 35 % par 16 panneaux solaires. L'eau est stockée dans 2 ballons de 1 000 litres chacun. L'appoint est réalisé de façon électrique grâce à deux ballons de 750 litres chacun fonctionnant en heures creuses. L'utilisation de lampes à basse consommation est systématique.

Anne Sallé

BEST WESTERN HÔTEL DE LA RÉGATE
155 ROUTE DE GACHET
44300 NANTES
WWW.HOTEL-NANTES-LAREGATE.COM

WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



Retrouvez l'intégralité de cet article en tapant le mot clé **RTR514229** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

“Les retours de la clientèle sont excellents”

Samuel Oziel, directeur de l'établissement, revient sur les démarches qui ont conduit à cette double labellisation.



Samuel Oziel, directeur de l'hôtel.

L'Hôtellerie Restauration : Écologie peut-il rimer avec confort ?

Samuel Oziel : Oui. D'abord pour des raisons réglementaires, ensuite pour des raisons économiques : notre clientèle, surtout la clientèle affaires - soit 80 % de notre taux d'occupation en semaine - est favorable à l'écologie, à condition que son confort n'en souffre pas. La clientèle loisirs est plus souple, plus ouverte sur le sujet. C'est enfin une affaire de conviction personnelle des propriétaires, très sensibles au confort de la clientèle et au bien-être de la planète.

Quelles solutions ont été adoptées ?

La mise en place d'une pompe à chaleur à géothermie profonde permet de diminuer les consommations d'énergie et les planchers chauffants/rafraîchissants contribuent à créer une ambiance agréable, hiver comme été. L'isolation a été optimisée : les planchers et murs en béton, à forte inertie thermique, évitent les déperditions d'énergie et les éventuelles surchauffes en été, particulièrement dans les chambres. Le toit végétalisé de 200 m², capteur de CO₂, assure une meilleure étanchéité et une meilleure isolation. Toutes les fenêtres sont équipées de double vitrage.

Les propriétaires ont particulièrement veillé au confort acoustique...

Un isolant acoustique a été inséré dans les cloisons séparatrices des chambres et sur les portes des chambres communicantes. Les conduits de ventilation sont équipés de pièges à son afin d'éviter leur propagation à travers les conduits.

Ces mises en place ont-elles été faciles ?

La sur-isolation nous a joué des tours en bloquant les ondes. Nous avons dû mettre en place des répéteurs pour la téléphonie et plus de bornes d'accès wifi que la normale. Là où on n'en compte que 5 d'ordinaire, nous avons dû en mettre 8. Cela a représenté 10 000 € d'investissement supplémentaire. Mais les retours de la clientèle sur l'aménagement phonique sont excellents.

Propos recueillis par A. S.

Le label Très haute performance énergétique, THPE

Le label volontaire Très Haute Performance énergétique atteste que le bâtiment respecte un niveau de performance énergétique globale supérieur à l'exigence réglementaire. Pour le label THPE, les consommations conventionnelles d'énergie primaire doivent être inférieures d'au moins 20 % par rapport à la consommation de référence RT 2005.

"CHEZ NOUS, ON MISE SUR L'HUMAIN"

Les Sources de Caudalie doublent leur budget formation

Martillac (33) Le Fafih vient de donner son feu vert pour que les salariés des Sources de Caudalie profitent de deux fois plus de formations qu'en 2010. Parmi les disciplines qui vont pouvoir être perfectionnées : technique en cuisine, en sommellerie ou en chambres, ainsi que le savoir être.

Proposer une formation continue aux salariés, c'est une habitude au sein des Sources de Caudalie. Et ce, depuis la création de cet établissement en 1999 à Martillac. Un hôtel aujourd'hui labellisé 5 étoiles et doté de 40 chambres, 9 suites, un spa dédié à la vinothérapie et une table étoilée. "Nous avons toujours eu un budget formation pour nos salariés", souligne **Jérôme Tourbier**, à la tête des Sources de Caudalie avec sa femme **Alice**. "Car lors de leur passage chez nous, c'est bien qu'ils puissent s'améliorer individuellement", poursuit-il. Un passage qui dure en moyenne trois ans, en particulier chez les plus jeunes des recrutés. Mais certains membres du personnel, surtout dans la partie hôtellerie, sont là "depuis l'ouverture".

"Le service est un enjeu d'avenir"

Les thématiques de formation retenues pour 2011 ont été choisies par les différents chefs de service. "Ils ont demandé à chaque membre de leur équipe quels étaient les domaines dans lesquels ils avaient envie de progresser", explique Jérôme Tourbier. Leur réponse : la technique, pour être plus performant et le savoir être "parce que le service est un enjeu d'avenir", reconnaît le fondateur des Sources de Caudalie. En effet, il part du principe qu'entre deux 5 étoiles, c'est le sourire, la gentillesse et la sincérité qui vont faire la différence. "Les équipes et les salariés sont au début de la chaîne de valeur : s'ils sont satisfaits et épanouis, ils le feront ressentir aux clients. Chez nous, on mise sur l'humain", ajoute-t-il.

Peu de turnover et d'absentéisme

La politique de ressources humaines au sein des Sources de Caudalie s'articule donc autour d'un souci de l'écoute et du



Entre deux 5 étoiles, c'est le sourire, la gentillesse et la sincérité qui vont faire la différence, explique **Jérôme Tourbier**, fondateur des Sources de Caudalie.

dialogue de la part des chefs de service, mêlé à une communication très directe entre la direction et les salariés. Ici, pas de service de ressources humaines, ni de 'petits chefs'. Mais un franc parler et un management basé sur une gestion, une commercialisation et une communication qui fonctionnent en totale harmonie. Conséquence : peu de turnover et d'absentéisme. Un modèle et une logique que les Sources de Caudalie souhaitent dupliquer. Cela a déjà été le cas avec Les Étangs de Corot, établissement situé à Ville d'Avray (92), tout près de Paris. Et le groupe SourceHotels, créé en janvier 2008 par Alice et Jérôme Tourbier, espère bien s'agrandir encore d'ici à la fin de cette année, "dans des lieux qui sortent de l'ordinaire", confie Jérôme Tourbier. Des lieux à part, situés aussi bien dans les régions viticoles françaises de renom qu'à l'étranger. Le jeune patron évoque notamment la Chine ou encore l'Amérique du Sud. "Parallèlement, nous allons continuer de développer la formation, car elle fait partie, avec la rémunération et la bonne atmosphère qui règne sur le lieu de travail, des points forts qui fidélisent les salariés", reprend Jérôme Tourbier. Une logique de grands groupes avec les moyens d'une PME. Et si les ressources humaines étaient, elles aussi, une question de savoir être ?

Anne Eveillard

EN BREF

Baptême de promotion des élèves de la mention sommellerie du lycée de Gascogne à Talence



Muriel Lafourcade, professeur responsable de la MC Sommellerie, et les élèves de la mention complémentaire sommellerie du lycée de Gascogne à Talence (33).

Le 3 mai dernier, les élèves de la mention complémentaire sommellerie du lycée de Gascogne à Talence (33) recevaient la grappe du sommelier des mains de leurs parrains : **Corinne Michot** qui représentait le Château Pichon-Longueville Baron du Groupe AXA et **David Biraud**, chef sommelier du Mandarin Oriental à Paris et ancien élève de la mention sommellerie de Talence. Une journée placée sous le signe de la convivialité entre les élèves, l'équipe pédagogique, les parents, les viticulteurs et les personnalités de la ville de Talence. Cette classe de mention sommellerie a d'ailleurs participé à différents concours : Val de Loire (3^e place), (Sud-Ouest, 3^e), (Mumm, 4^e) et le concours Chapoutier du meilleur élève sommelier 2011 pour lequel **Prisca Asselin** remporta le trophée.

EN BREF

Deux meilleurs apprentis cuisiniers pour la région Centre

Le jury où œuvrait notamment **Joël Normand**, ancien chef de l'Elysée, n'a pas pu départager deux excellents candidats qui concourraient au concours régional du meilleur apprenti cuisinier organisé au CFA de l'Indre à Châteauroux (36). **Thomas Danigo** apprenti à La Vieille Maison à Chartres (28) et **Etienne Génot**, apprenti à La Cognette d'Issoudun (36) ont ainsi été sacrés meilleurs apprentis ex-aequo de la région Centre. La compétition réunissait cinq candidats déjà auréolés d'un titre départemental à l'image de **Morgane Lucas**, **Dylan Jouas** et **Amaury Renaud**. Les deux jeunes sont donc sélectionnés pour la demi-finale nationale qui se tiendra à Bourges (18).

J.-J. T.

SALON PROFESSIONNEL
DE LA RESTAURATION HORS DOMICILE,
DE L'HÔTELLERIE & DE L'ALIMENTATION

Du 26 au 28
FÉVRIER 2012

• SAINT-MALO •
ESPACE
DUGUAY TROUIN

PRORESTEL
www.prorestel.com

Un salon organisé par

Salades de fruits et des segments de fruits

Fructo FRESH

www.fructofresh.com

AirBio'Eco
SPECIALISTE DE LA CLIMATISATION EVAPORATIVE
ET DU CHAUFFAGE BIOMASSE

Pour votre terrasse,
air frais naturel ou chaleur
instantanée par infrarouge...

...également des solutions pour salle et cuisine

Rue des Maraîchers • 09100 PAMIERS L'armoire bio
Tél. : 05 61 67 18 37 • Fax : 05 61 60 16 69
Courriel : airbio.eco@aliceadsl.fr • www.airbio-eco.fr

L'ITALIE à TABLE
7^{ème} salon de la gastronomie italienne

2 > 5 juin 2011

JARDIN ALBERT I^{er} Place Masséna
10h-20h ENTRÉE GRATUITE
Nice

www.italieatoble.fr

“LA REFORTE ÉCONOMIQUE DE NOTRE DÉPARTEMENT PASSE PAR LE TOURISME”

Thierry Grégoire : “Nous devons tordre le cou aux contrevérités”

L'Umih 62 Terre & Mer Côte d'Opale s'est réunie la semaine dernière en assemblée générale.

L'assemblée générale de l'Umih 62 Terre & Mer Côte d'Opale se tient traditionnellement tous les deux ans. La dernière en date vient d'avoir lieu dans les salons de l'hôtel Westminster, au Touquet (62). Elle intervient après quatre rencontres sur les frais de santé organisées par le syndicat avec la CCI et “qui ont été très largement suivies”, se réjouit **Thierry Grégoire**, président national des saisonniers de la rue d'Anjou et chef de file de l'Umih Terre & Mer Côte d'Opale, qui craignait “une cristallisation à l'encontre de la mutuelle alors qu'elle est simple à mettre en œuvre”. Il n'en va pas de même pour la SPRE. “Le système est mis en place pour faire les poches aux professionnels. La grille imposée concerne aussi les chambres d'hôtel. Or, 3 clients sur 7 n'allument pas la télé. Sans parler du problème des bars à ambiance musicale, dont le montant de la redevance grimpe scandaleusement pour certains”, s'insurge **Laurent Lutse**, président de la Fédération nationale des cafés, brasseries et monde de la nuit au sein de l'Umih. Même fronde à propos de la TVA. “Il est insupportable de se faire traiter de voleurs. Nous sommes une majorité de TPE. Avec la crise de 2008, beaucoup de restaurateurs avaient déjà baissé leurs prix. On l'oublie. Ils ont ensuite misé sur l'emploi et l'investissement. La TVA, c'est l'épine dorsale de notre secteur. La remettre en cause est grave. Le ou la politique

qui déciderait d'y toucher serait destructeur d'entreprises”, vitupère **Thierry Grégoire**, qui appelle une nouvelle fois les professionnels à monter au créneau auprès de leur maire et de leur député. “Nous devons tordre le cou aux contrevérités et à tous ceux qui font leur publicité sur notre dos. Le contrat d'avenir engage en outre l'ensemble des professionnels”, rappelle encore l'hôtelier. Dans le département, la fusion des chambres de commerce et d'industrie cause aussi des inquiétudes. On passe en effet de 13 structures consulaires à 4. **Jean-Michel Grosheitsch**, chargé de mission tourisme dans la nouvelle CCI de la Côte d'Opale - qui regroupe désormais Dunkerque, Boulogne et Calais -, se veut rassurant. “Le tourisme et la Côte d'Opale, zone d'excellence” sont inscrits dans les objectifs. La CCI entend ‘positionner’ la destination et promouvoir les entreprises dans ce sens. Des outils continuent à être développés comme les ateliers de e-tourisme qui démarreront à la rentrée. “Nos élus ont enfin compris que la refonte économique de notre département passe par le tourisme”, constate **Thierry Grégoire**.

Jean-Marie Attard, président de HCR Prévoyance et vice-président national des saisonniers, est également porteur de bonnes nouvelles. “Je voudrais vous remercier d'avoir envoyé **Thierry Grégoire** à Paris. Je suis vraiment très heureux de travailler avec lui. Comme vous le savez, la



De gauche à droite : Laurent Luste, Régis Florin, Thierry Grégoire et Jan-Marie Attard.

branche des saisonniers est transversale et nous sommes sur toutes les problématiques”, lâche le syndicaliste sous les applaudissements, avant d'énumérer l'évolution des prestations d'action sociale à compter du 1^{er} janvier : l'allocation de frais de garde court désormais jusqu'au 4^e anniversaire des enfants et son montant est passé à 500 € ; l'aide au

permis de conduire a été majorée : elle est désormais de 1 000 € et la limitation d'âge (à 25 ans) a été supprimée ; l'aide aux parents isolés s'élève maintenant à 1 000 € et le plafond de ressources à ne pas dépasser en 2011 pour pouvoir prétendre aux allocations HCR prévoyance a été majoré de 3 % (il est de 1 515 € hors CAF).

Sylvie Soubes

Réunification des Umih du Pas-de-Calais

L'Umih compte deux bureaux (l'Umih 62 Terre et Mer Côte d'Opale et l'Umih 62 Arras) et sept secteurs dans le Pas-de-Calais. Le 1^{er} avril dernier, l'Umih 62 Arras

a élu à sa tête **Régis Florin**, restaurateur et traiteur-organisateur de réception. Celui-ci travaille actuellement aux côtés de **Thierry Grégoire** à la mise en place d'une

entité unique. Les conseils d'administration ont donné leur feu vert sur le projet statutaire. La réunification pourrait être effective à la fin de l'année.

“STOPPER LA DISTORSION ENTRE RESTAURATION RAPIDE ET TRADITIONNELLE”

L'Umih 63 reprend sa marche en avant

Un président par intérim et des activités qui redémarrent : l'Umih 63 retrouve un nouveau souffle.

L'ancien président démissionnaire de l'Umih 63, **Didier Muller**, a été remplacé au pied levé par **Jean-Marie Cistrier**, hôtelier aujourd'hui retraité. Celui-ci va assumer l'intérim jusqu'aux prochaines élections en 2012. Ainsi, les activités du syndicat professionnel ont repris leur rythme habituel. Au niveau des finances, la montée en puissance du permis d'exploitation, indispensable pour tout nouveau patron de bar, restaurants ou discothèques, a permis de faire rentrer 21 000 € dans les caisses. Les deux points majeurs abordés lors de l'assemblée générale, qui s'est tenue à Saint-Nectaire, restent la mise en place de la nouvelle mutuelle conventionnelle et les nouvelles normes hôtelières.

“Nous avons créé 30 000 emplois”

Christelle Desmas et **Marianne Petit**, d'Aucert, organisme de certification agréé, sont venues expliquer comment se déroule l'entrée dans la nouvelle grille, de la demande d'audit jusqu'à l'arrivée du dossier à la préfecture. À l'heure actuelle, un peu moins de 10 % des hôtels sont rentrés dans cette classification. Ce qui laisse présager des goulets d'étranglement pour le printemps prochain, car les anciennes étoiles disparaîtront en juillet 2012.



Thierry Perbet, président de l'Umih Auvergne, **Jean-Marie Cistrier**, président de l'Umih 63, et **Thierry Grégoire**, président national des saisonniers.

Thierry Grégoire, président national des saisonniers à l'Umih, a insisté sur la baisse de la TVA. “Cela a permis de stopper la distorsion entre restauration rapide et traditionnelle. N'hésitez pas à faire valoir nos arguments. En contrepartie de la baisse, nous avons perdu les aides qui existaient à l'époque, soit 600 M€. Nous avons mis en place une mutuelle. Nous avons sauvé des entreprises, nous avons sauvé des emplois. Nous avons créé 30 000 emplois. Et ce combat n'est pas terminé. C'est insupportable d'être soupçonnés de nous en mettre plein les poches.”

Pierre Boyer

Jean-Marie Cistrier : “Il faut que les élus comprennent que les buvettes tuent les bistrot”

Propos recueillis par P. B.

Comment se porte l'Umih 63 ?

Nous pensions que la baisse de la TVA allait nous amener des adhérents, mais cela n'a pas été le cas, certainement à cause des effets négatifs de la crise. Nous comptons 560 adhérents actuellement.

Quelle est la situation de l'hôtellerie dans le Puy-de-Dôme ?

Elle est stable. Mais nous n'avons pas réellement besoin d'établissements trois et quatre étoiles. Il n'y a pas une clientèle suffisante pour ces créneaux. De plus, les gîtes et chambres d'hôte devraient avoir les mêmes droits et, surtout, les mêmes devoirs que les hôtels. Les mêmes règles pour tous, c'est indispensable pour une concurrence loyale.

Quels sont les points sensibles ?

Nous souffrons toujours du paracommercialisme. Trop d'associations, voyant leurs subventions baisser, se tournent vers l'organisation de repas, de bal, de fêtes avec de l'alcool. C'est de pire en pire dans les stades. Il faut que les élus comprennent que les buvettes tuent les bistrot.

“LE THÉÂTRE ET LA SALLE CONSTITUENT DES MÉTIERS PARALLÈLES”

Denis Courtiade : “Il faut dire et redire que le service a sa place”

À 45 ans, le directeur de salle du restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée (Paris, VIII^e) a réalisé un parcours sans faute. Hospitalité, sensibilité, générosité sont les mots-clés qui résument ce passionné. Au point d'être récompensé en janvier dernier par le grand prix de l'Art de la salle. Rencontre.

Propos recueillis par Héléne Binet

Comment définiriez-vous le service en salle ?

Notre métier est fait de sensibilité : il faut être à l'écoute, disponible. Ce qui dicte nos actes, c'est le client. C'est une perpétuelle remise en question. Il faut savoir jongler avec la personne que l'on a devant soi, ne pas trop dire ce que l'on pense, pour ne pas tomber dans certains pièges. On doit s'adapter au convive et le conseiller sans être trop intrusif. Cela demande beaucoup de sensibilité et une certaine psychologie, qui ne s'acquiert qu'avec l'expérience. Les clients veulent avoir en face d'eux un mec sympa. J'inculque à mon équipe de salle qu'il faut prendre du plaisir : s'ils le prennent, le client le prendra. Et si l'on arrive à toucher les cinq sens du client, c'est gagné !

Quand le client part, il ne parle pas de **Damien**, le chef de rang ; il dit : “*j'ai été bien ou mal servi.*” La salle est avant tout un travail d'équipe ! C'est pourquoi on personnalise la scénographie du service (humour, sensibilité, relation qui se crée). C'est la même chose quand vous allez dans un restaurant : si le repas était bon mais pas le service, vous n'y reviendrez pas. Tout est dit...

Des petits détails qui font la différence ?

Quand un client arrive à table, nous lui offrons l'hospitalité : on lui propose de l'eau plate ou gazeuse. On lui laisse le temps de se décontracter et de s'installer. Ensuite, une fois qu'il est prêt, on lui montre le chariot de champagnes. Bien présenté et argumenté, ce petit ‘plus’ donne forcément envie au client de poursuivre le repas.

Autre point important : l'adaptabilité. Alors que nous servions à la carte une poularde demi-deuil, un client me dit : “*je la voudrais uniquement rôtie et avec des asperges vertes.*” Il a donc fallu s'adapter et assouvir le souhait du client, avec en prime de la truffe râpée devant lui. Cette sensibilité s'acquiert sans doute avec de l'expérience. On dit également que la règle est de servir à droite, et non à gauche : or, il n'y a pas de règle, il faut servir seulement et uniquement du bon côté ! De même, le terme ‘Bon appétit’ m'horripile. Cela ne se dit pas, c'est trop familier...

Un mot sur la relation cuisine / salle ?

C'est une harmonie à 4 mains ! La salle et la cuisine sont des métiers différents, mais complémentaires. Si le chef et le maître d'hôtel se respectent, il n'y a pas de raison que les deux parties ne fonctionnent pas à l'unisson. Si c'est le contraire, le client peut en subir les conséquences...

Vous attachez beaucoup d'importance à la théâtralisation : quel lien cette notion entretient-elle avec le métier de salle ?

Le théâtre et la salle constituent finalement des métiers parallèles. Au théâtre, il y a le maquillage et l'interaction avec le public ; en salle, on doit pouvoir s'amuser autant, se faire plaisir pour faire plaisir au client. Actuellement, je travaille avec une classe du lycée de Besançon sur le thème suivant : ‘La théâtralisation du service... de la scène à la salle’. Je leur demande les similitudes et les différences entre les deux métiers. Ces études ont pour but d'aider à redonner du sens à la profession qui est fortement liée à la notion d'hospitalité dans les métiers de service.

Avant moi, il y avait les grands maîtres de cérémonie. Quand j'étais à l'école, je connaissais les figures importantes du service en salle (comme Vatel, par exemple). Aujourd'hui, si l'on de-

Denis Courtiade, directeur de salle du restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée à Paris (VIII^e).



mande à un jeune d'en citer un, ils ne savent pas. Nous existons vraiment, nous sommes des interfaces et nous sommes même essentiels !

Découpage et flambage figurent-ils au menu du Plaza Athénée ?

Nous réalisons quelques découpages, par exemple le train de côte de bœuf en salle (5 côtes) : nous le découpons cru devant le client, puis il est ramené en cuisine pour la cuisson. Visuellement, il faut qu'il se passe quelque chose, sinon on s'ennuie. Si tout était servi à l'assiette, le service serait monotone. On propose entre autres un chariot d'infusions en fin de repas : cela attire tout de suite l'œil du client. L'art de la table compte aussi : la salle ne repose pas uniquement sur le service, c'est aussi une ambiance, un environnement, une décoration...

Qu'est-ce qui distingue le service en salle dans un restaurant 3 étoiles ?

Nous avons plus de temps à offrir aux clients, car on a plus de moyens humains, de matériaux. Il faut être très à l'écoute, et faire preuve de disponibilité face à la clientèle. C'est encore plus important à Paris, car le temps, c'est un luxe. La vie dans la capitale est trépidante, alors quand un client rentre au Plaza Athénée, il doit sentir qu'on lui porte de l'attention. Dans tous les cas, le meilleur service, c'est le service qui ne se voit pas, qu'on ne perçoit pas !

Comment voyez-vous le service dans le futur ?

Après l'inscription du repas gastronomique au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco en novembre dernier, pourquoi ne pas déposer la fonction de commis de restaurant ? Il faut dire et redire que le service a sa place, qu'il a une vraie valeur !

Est-il difficile de recruter ?

Nous demandons à recevoir un C.V. et une lettre de motivation. Le C.V., c'est une chose, mais je souhaite toujours voir la personne - j'apprécie quand elle est naturelle. Il y a un rapport au

travail qui a changé. On a plus de mal à recruter, ce n'est peut-être pas un métier assez valorisant pour eux. Mais c'est le seul métier où il n'y a pas besoin de diplôme, il suffit juste d'être attentif, volontaire, avoir une bonne éducation. Suivant la route que l'on prend, on peut avoir une très belle carrière !

En ce qui concerne mon équipe de salle, nous sommes 24 au total. Nous avons régulièrement des réunions d'information. Je leur pardonne beaucoup, mais je ne tolère pas de mauvaise attitude envers les clients. Je suis assez proche d'eux : deux fois par an, nous sortons du cadre du travail, nous les récompensons avec des parties de paint-ball, nous les convions au restaurant...

Un conseil que vous pourriez donner à un jeune ?

‘We need you’ ! Le métier de salle est un beau métier. Il faut dire aux jeunes : “*Venez, vous ne serez pas déçus de ce choix.*” Même si sa réputation n'est pas actuellement très valorisée, le métier a de beaux jours devant lui... Il n'y a jamais de routine : chaque table et chaque client sont différents. La salle est un métier fait de mouvement et d'action. On est amené à voyager, à rencontrer beaucoup de personnes.

Dernièrement, vous avez reçu le grand prix de l'Art de la salle : une consécration ?

C'est une reconnaissance. Ce n'est pas un concours : d'habitude c'est individualiste, là, c'est collectif. C'est la valorisation du métier ! De plus, j'ai un outil à la hauteur de mon ambition : c'est bon pour le moral.



Retrouver le C.V. de Denis Courtiade en tapant le mot-clé **RTR 914362** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

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

QUALI CONSO

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

Avec des moyens simples et efficaces :

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

Un bilan personnalisé vous est offert.

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

"JE SUIS CONTENT QUE LA PROFESSION SOIT RECONNUE"

Première édition du Meilleur ouvrier de France classe barman

Clermont-Ferrand (63) Stéphane Ginouves, premier barman au Fouquet's Paris, et Maxime Hoerth, premier barman au Four Seasons George V à Paris, ont décroché le titre de MOF le 19 mai dernier à la Grande Halle d'Auvergne.



Les deux MOF barman : **Maxime Hoerth** du Four Seasons George V à Paris, et **Stéphane Ginouves** du Fouquet's Paris.

Cette première édition était attendue de toute la profession. "Grâce au Coet [comité d'organisation des expositions du travail, NDLR] la classe Barman est entrée dans ce prestigieux concours du MOF ! Je tiens également à remercier **Métra Cash & Carry** pour nous avoir accompagnés dans cette démarche. Par ce biais, c'est l'excellence du métier qui est mise en valeur", s'enthousiasme **Guy Musart**, président du MOF barman et président de l'Association des barmen de France. Suite aux épreuves qualificatives du 10 novembre dernier au lycée des métiers de l'hôtellerie

et du tourisme de Guyancourt (78), 8 finalistes sur 25 ont eu la chance d'accéder à la finale du concours. Un des meilleurs ouvriers de France. Stressés pour certains, impatients de commencer pour d'autres, ils se sont affrontés le 19 mai dans la Grande Halle d'Auvergne à Clermont-Ferrand (63).

Cocktail création

Ces passionnés de l'univers du bar ont débuté par la traditionnelle épreuve écrite de culture générale et d'actualité (trente minutes). Ensuite, ils ont pris connaissance de la liste des produits fournis et se sont attelés à la rédaction de la fiche technique pour

le cocktail 'long drink création' selon les règles de l'IBA (International Bar Association) et de l'ABF (Association des barmen de France pendant vingt minutes). Puis, les candidats poursuivent avec la présentation à l'oral d'un produit générique. Ce sera la tequila. Sous l'œil averti du jury, l'échange se fait sous forme de questions-réponses en dix minutes. Les candidats enchaînent ensuite avec l'épreuve sur la promotion et le service d'un vin effervescent (GH Mumm) selon les règles de la sommellerie française (quinze minutes). Enfin, le marathon se termine l'après-midi avec l'épreuve maîtresse : la réalisation du

Trois questions à **Guy Musart**, président de l'ABF et président de la classe barman

La classe barman est enfin reconnue. Un mot sur cette première édition ?

Je suis tout d'abord content que la profession soit reconnue ! Cela fait quelques années qu'on se bat pour que le métier de barman puisse accéder au concours du Coet. C'est chose faite. Le MOF est un diplôme d'État qui fait office de bac + 2 ; c'est aussi l'excellence. Cette finale est la suite logique des épreuves qualificatives. Le concours était complet : écrit, oral, argumentation, et puis la pièce maîtresse qui est le 'cocktail création'.

Quel est le bilan de la journée ?

Positif ! Chaque candidat s'est surpassé pour essayer de décrocher le titre. Quant aux deux lauréats, ils ont tout simplement mérité le diplôme du MOF. Pour certains, c'est le stress qui les a perturbés. Pour d'autres, j'ai noté un manque d'esprit de créativité sur le cocktail création. Mais il est vrai que ce n'est pas évident de penser à des détails après avoir pris connaissance des produits, tout cela en 20 minutes.

Et la 2^e session, alors ?

On va réétudier tout ce que l'on a mis en place pour cette première édition. La prochaine session sera dans le même esprit, la même lignée : ça correspond bien à la démarche de la profession.

cocktail création ; dix minutes pour l'élaboration de la décoration (4 verres), et dix minutes pour la présentation orale et l'exécution technique du cocktail. La pression retombe. Sur les 8 finalistes, 2 sont appelés. **Stéphane Ginouves**, premier barman au Fouquet's Paris et le plus

jeune des candidats, **Maxime Hoerth**, 25 ans, premier barman au Four Seasons George V à Paris, décrochent le prestigieux titre. **Guy Musart**, quant à lui, conclut cette journée sur une note d'encouragement : "Merci à tous d'avoir participé et surtout d'avoir osé..."

Hélène Binet

La nouvelle solution de Gestion Traiteur

Simplicité et Performance



FTBE V8 traiteur est le fruit de la collaboration entre MdB multimédia et plusieurs grands traiteurs afin de proposer une solution complète répondant spécifiquement aux exigences de la profession traiteur.

Gestion commerciale

- Fichier client - Documentation - Devis - Commandes - Facturation client - Gestion du personnel - Gestion des livraisons - Statistiques clients et commerciales - Gestion des relances - Commissionnement - Balance - Situation client - Export comptable...

Gestion production

- Mercuriale - Fiche technique - Commandes fournisseur - Livraison - HACCP - DLC - Taxe - Ratio - Bon de production - Planning de production - Livraison client - Gestion de stock mercuriale (entrée, sortie, réajustement, transfert, cession, retour...) - Gestion de stock production - Incidents et avoirs fournisseur - Statistiques achat et consommation...

Démonstration gratuite dans vos locaux ou via Internet :
Contacter MdB multimédia au 04.92.28.26.60

Rejoignez les 3500 utilisateurs de FTBE avec la nouvelle version :

FTBE V8 Traiteur Premium

Solution traiteur complète de gestion commerciale et gestion de production



MdB Multimédia - Agence Commerciale
Pôle technologique de l'épave 8 - Via D
118, Avenue de la Quercy
06 370 Mours-sur-Seine

MdB Multimédia - Siège Social
Espace Clichy - 38 rue Mozart
92587 Clichy-Centre

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

Toute l'information sur vos logiciels de gestion sur www.mdb-multimedia.fr

"C'EST AVEC NOS ADHÉRENTS QUE NOUS CONSTRUISONS"

Trois animations ensoleillées pour Café Concept

Le réseau bénéficie d'un programme d'animations commerciales sur l'année et renouvelé tous les deux mois. Visite guidée.

Dans la fibre Café Concept, il y a l'animation du point de vente. Le réseau, filiale de C10, composé de cafés, bars, brasseries indépendants, cultive avec soin les 'moments de consommations'. "C'est dans les gènes, sourit **Marika Cochet**, en charge du réseau. La clientèle évolue. En tant que distributeur, nous savons ce qui est en train de se passer. Notre rôle est d'apporter aux professionnels les bons outils au bon moment et de les emmener sur les terrains les plus favorables... Pour cela, nous réunissons régulièrement nos adhérents. Et c'est avec eux que nous construisons et finalisons toutes ces actions." Le réseau bénéficie ainsi d'un programme d'animations commerciales récurrent sur l'année et renouvelé tous les deux mois. "Il faut que ce soit attractif dans l'esprit et sur le prix vis-à-vis du consommateur", précise **Marika Cochet**. Mars, avec la journée de la femme le 8, était axé sur la clientèle féminine. Mais l'animation a couru sur l'ensemble du mois. "Ces animations thématiques sont volontairement larges en période, cela permet aux établissements de les mettre en avant en fonction de leur clientèle." En mai, ce sont les enfants qui étaient au cœur du dispositif avec l'opération 'glace' avec Unilever et leur marque Max Adventure, associée à un dessin animé diffusé



L'opération Aperitif gourmand bénéficie d'une PLV spécifique, d'une verrerie et d'assiettes de service très valorisantes.

sur la chaîne Gulli. Chaque commande d'un pot de glace 'Surprise cup Max Adventure' est accompagnée d'un set de coloriage offert. Dans le fond du pot, se cache aussi un jouet. "Faire plaisir aux enfants, c'est aussi faire plaisir aux parents", rappelle la représentante de C10.

Fruits rouges, chocolat liégeois et cocktails

À partir de juin et durant tout l'été, l'animation glace à prix étudié devient tous publics et s'appuie sur deux produits Carte d'Or : une coupe de fruits rouges et un chocolat liégeois. Là encore, des affiches et des chevalets de tables sont associés à l'opération. Une centrale d'achats de produits alimentaires et non alimentaires, hors boissons bien sûr, permet d'ajuster les besoins. Cette année, l'innovation estivale passe par l'apéritif gourmand et deux cocktails, dont un sans alcool, à partir des produits Bacardi Martini. Des verres spécifiques et des assiettes apéritives (Chomette) ont été 'négociés'. Un grignotage sur le thème italien, de jolis visuels, des associations de goûts et saveurs qui appellent à la détente et à la gourmandise en terrasse...

Sylvie Soubes

WWW.CAFECONCEPT.FR

Des nouveautés pleines d'engagement pour Bel Foodservice

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

Le Foodservice, filière restauration hors foyer des fromageries du groupe Bel, affine ses objectifs et se donne trois missions à travers ses nouveaux produits. En effet, le Foodservice représente l'un des axes prioritaires de développement pour Bel. Ce qui vaut autant pour la restauration collective que commerciale, et plus particulièrement pour la restauration rapide et les boulangeries...

Le groupe Bel a entamé l'année avec optimisme, affiche une progression de 4,8 % en termes de volume de marques et de 8,9 % de chiffre d'affaires pour l'année 2010. De bons résultats dus en partie à une internationalisation de ses cœurs de marques - Vache qui rit, Apéricubes, Babybel, Boursin, Leerdammer, Kiri - qui représentent 68 % de l'activité du groupe. Ce qui permet à Bel de se positionner comme troisième acteur fromager mondial après Kraft Foods et Lactalis. Les trois missions majeures formulées par Bel Foodservice pour soutenir ses nouveautés pour 2011 se déclinent comme suit :

- **Se concentrer sur le développement de produits dédiés à la restauration hors foyer** suivant les besoins et spécificités des clients - que ce soit en améliorant les qualités nutritionnelles de leurs produits pour les consommateurs ou en s'adaptant aux contraintes pour les restaurateurs.
- **Apporter des solutions en restauration sociale** par le biais d'un support internet, de plaquettes informatives et de livrets de recettes : le Foodservice s'engage à lutter contre la dénutrition en maison de retraite et à rééquilibrer la restauration scolaire.

Les nouveautés Bel Foodservice

Vache qui rit s'allège en matières grasses mais pas en calcium. En baissant la quantité de graisses pour parvenir à 19,5 % de matières grasses, la Vache qui rit, qui fête ses quatre-vingts dix ans cette année, devient le fondu le moins gras du marché.



Dans le souci du groupe d'améliorer l'alimentation des personnes âgées, **Vache qui rit Formule +** est une spécialité fromagère prête à être incorporée dans les préparations comprenant une quantité de calcium, vitamine D et protéines nettement supérieure à la crème fraîche. Pour la fin de repas, la meule **Port Salut prédécoupée** - dont chaque part de 30 g apporte calcium et protéines - possède une texture moelleuse mais

pas collante et facile à mastiquer. Les pâtes fraîches **Cantadou** et **Cantafrais** s'enrichissent en calcium pour atteindre les 100 mg par portion.

Boursin Cuisine propose une seconde recette de spécialité culinaire prête à être cuisinée, à l'échalote et à la ciboulette. Plus douce que sa déclinaison à l'ail et aux fines herbes, elle saura agrémenter nombre de préparations comme des verrines traiteurs, des quiches, des poissons aux crustacés ou tout simplement une pomme de terre en robe des champs... Elle est conditionnée en terrine de 1 kg refermable.



Boursin Salade répond à la demande de salades toujours plus gourmandes en présentant des dés de Boursin ail



et fines herbes surgelés. Les dés calibrés de 3 g chacun ne collent pas entre eux et ne s'effritent pas, permettant ainsi un gain de temps, une manipulation facile et une maîtrise totale du coût matière. Ils peuvent s'utiliser à froid comme à chaud, sans décongélation préalable, en salades mais aussi en garniture pour les pizzas ou dans des pâtes.

Boursin Sandwich est un fromage au goût frais à l'ail et aux fines herbes, à la texture très facile à étaler sur tous types de pain. Il ne le détrempe pas mais fait barrière avec la garniture. Sa terrine de 500 g est refermable.

- **Se revendiquer créateur de valeur en restauration commerciale.** En effet, à l'instar des véritables succès en termes de valeur ajoutée réalisés par certaines grandes enseignes comme Pizza

Hut, aujourd'hui, le marché s'ouvre à la restauration rapide et aux boulangeries. Telles sont les ambitions de **Bel Foodservice** avec pour maîtres-mots plaisir et nutrition.

L'innovation parfumée dans l'hôtellerie avec Les Parfumables



Leader dans les objets parfumés depuis 1993, Les Parfumables renforce son action vers le monde de l'hôtellerie. D'Yves Camdeborde pour le relais Saint-Germain, à LVMH pour le Cheval blanc à Courchevel 1850 en passant par Starwood hôtels pour le Westin, la société a choisi d'offrir à ses clients et à leurs prescripteurs (agences, centrales de réservation, visiteurs de salons, taxis...) une céramique parfumée que ceux-ci vont conserver précieusement, mémoriser pour longtemps et retrouver le temps de raconter leur expérience. Ainsi, ils participent au succès et au développement de l'établissement.

WWW.LESPARFUMABLES.COM

Une nouvelle pause gourmande signée Monbana

Monbana CHR a élaboré un nouvel assortiment de produits d'accompagnement à déguster lorsque les températures grimpent... Le Méli-Mélo d'été 2011 séduira les consommateurs friands de gourmandises originales à savourer avec une boisson, une glace ou un dessert, en terrasse ou en salle. Il s'agit d'un panaché original de biscuits, dont le nouveau biscuit Amaretti et un nougat, un mini-cookie, un petit beurre et un galet breton, disponibles dans un format pratique - une seule boîte - et dans un emballage individuel coloré différenciant. Une offre originale pour l'été, dont les produits ne fondent pas et qui valorise l'accompagnement du café.

TÉL. : 02 43 05 42 48 · WWW.MONBANA.FR



Les nouveautés de Vega France



Vega France présente ses deux catalogues phare de vente à distance, édition 2011 : Vega, le leader en matériel pour la restauration et l'hôtellerie, et Jobeline, le catalogue de vêtements professionnels. Avec encore plus de produits et l'arrivée du luminaire, le catalogue général Vega décline tout au long de son catalogue général 2011

(plus de 500 pages) une gamme de produits complète couvrant tous les besoins de l'hôtellerie-restauration.

Autre nouveauté : le site www.vega-fr.com fait peau neuve et devient plus simple et plus rapide. Un vrai gain de temps pour les professionnels.

AirBio'Eco, la solution pour des températures de confort en été comme en hiver

La société AirBio'Eco, déjà présente sur le marché des blanchisseries et discothèques depuis plus de vingt ans, investit désormais le marché de la restauration en proposant un système combinant chaud et froid. Totalement naturel, le système de rafraîchissement consiste à aspirer l'air extérieur et à le rafraîchir à l'aide de panneaux humidificateurs avant de propulser une agréable brise d'air frais grâce à un ventilateur interne. Le système de chauffage est quant à lui instantané grâce à de puissantes lampes infrarouges. La structure extérieure anticorrosive s'intègre facilement dans le décor pour garantir confort à la clientèle en toute discrétion.

AIRBIO.ECO@ALICEADSL.FR · WWW.AIRBIO-ECO.FR



SELON RÉGIS BULOT, LES DÉCLARATIONS DE CLAUDE GUÉANT SONT "SURPRENANTES"

"Le recours à la main-d'œuvre étrangère est indispensable"

Le président d'Auberges et bistrot de France réagit aux affirmations du ministre de l'Intérieur sur Europe 1, le dimanche 22 mai.

Suite aux déclarations tonitrueuses du ministre de l'Intérieur **Claude Guéant**, qui affirmait dimanche 22 mai sur les ondes d'Europe 1 que "l'on n'a pas besoin de maçons, de serveurs de restaurants" issus de l'immigration et qu'"il y a en France de la ressource parmi les Français", président d'Auberges et bistrot de France, **Régis Bulot** - également l'auteur d'un rapport sur la pénurie de main-d'œuvre dans l'hôtellerie-restauration - a souhaité répondre au ministre : "Les déclarations de monsieur [le ministre de l'Intérieur] **Claude Guéant** sont surprenantes et démontrent une méconnaissance de ce problème. En 2009, il y avait 360 000 offres d'emploi non satisfaites. Aujourd'hui, grâce à la baisse du taux de TVA dans la restauration, qui a permis une revalorisation des salaires, il y a un peu plus de 200 000 offres d'emplois enregistrées à Pôle emploi.

La restauration est confrontée au fait qu'une majorité de Français ne souhaite pas travailler dans ce secteur, car ils ne veulent plus travailler le soir ou le week-end. Ils ne veulent plus faire une saison d'hiver à la montagne, par exemple, et une saison d'été sur le littoral. C'est un fait que les politiques doivent prendre en compte. Le recours à la main-d'œuvre étrangère est indispensable. Cela se fait dans tous les pays, particulièrement dans la restauration. Les Français qui travaillent à l'étranger, dans la restauration, sont fort nombreux, et ne viennent pas grossir les chiffres de Pôle emploi. Si **Claude Guéant** va dans un restaurant à Londres, il sera servi par des Français, des Italiens et maintenant par des salariés originaires de Pologne, de Hongrie et des pays d'Europe de l'Est. Monsieur Guéant devrait vérifier si, dans les restaurants des ministères, il n'y a pas de main-d'œuvre étrangère. Qu'il vérifie bien si, en salle, en cuisine et à la plonge, par exemple, il n'y a que des Français. Bien sûr, les ministères sont confrontés aux mêmes problèmes que les restaurateurs, mais ils font souvent appel



Régis Bulot.

à des traiteurs et à des sociétés de restauration, comme la *Sodexo*. Ces sociétés, elles aussi, sont obligées de recourir à la main-d'œuvre étrangère.

Si les restaurateurs ne peuvent plus recruter cette main-d'œuvre étrangère, ils seront dans l'obligation de restreindre les horaires d'ouverture, de fermer plusieurs soirs par semaine et même d'avoir plus de deux jours de fermeture hebdomadaire. Il faut noter également que cette main-d'œuvre étrangère, et plus particulièrement en cuisine, souhaite se former en France et apprendre notre langue. Ceux qui retournent dans leurs pays d'origine, contribuent au rayonnement de la gastronomie et de la culture française."

En 2009, alors qu'il présidait la section de l'économie touristique, au sein du Conseil national du tourisme, Régis Bulot avait remis au secrétaire d'État au Tourisme de l'époque, **Hervé Novelli**, un rapport demandé par son prédécesseur, **Luc Chatel**, consacré à la pénurie de main-d'œuvre dans l'hôtellerie-restauration (téléchargeable sur www.tourisme.gouv.fr/cnt/publication.php). Ce rapport relevait notamment que "les emplois les plus touchés par les pénuries de main-d'œuvre sont ceux de serveur et de femme de chambre." Le rapport ajoute que "le recours à une main-d'œuvre étrangère qualifiée est évoqué comme palliatif à l'absence de réponse aux offres d'emplois par des personnes présentes sur le territoire. Cette piste est conditionnée par la levée préalable des obstacles concernant l'hébergement à proximité des entreprises et à la possibilité de trouver des personnes déjà formées ou acceptant d'être immédiatement formées. (...) La levée d'obstacles administratifs - principalement des délais - qui pénalisent la signature de contrats avec des étrangers déjà présents sur le territoire peut ponctuellement apporter une solution pour des offres d'emploi de proximité non pourvues."

En bref

Le pont de Collonges devient le pont Paul Bocuse



Paul Bocuse a coupé le ruban de 'son' pont situé entre ses deux établissements.

Bourillot, Joseph Violat, Frédéric Blanc... Toujours facétieux et désireux de perfection, Paul Bocuse a lancé : "Je suis heureux que ce pont porte mon nom, mais il faudra maintenant le repeindre." **Michel Mercier**, ministre de la Justice et président du conseil général, a répondu sur le même ton : "Justement il y a une collecte à la sortie."

BULLETTIN D'ABONNEMENT

RECEVEZ CHAQUE SEMAINE

L'Hôtellerie
Restauration

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



> Abonnez-vous par téléphone :

01 45 48 45 00

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

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

ou par courrier : **L'Hôtellerie Restauration**

Service Clients

5 rue Antoine Bourdelle

75737 Paris Cedex 15

Nom :

Adresse :

Code postal & Localité :

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

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

> Choisissez le mode de règlement :

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

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

N°

Date de validité :

3 derniers chiffres au dos de la carte :

EN DIRECT DES BLOGS DES EXPERTS

Arrêt maladie : que faire exactement à sa réception ?



Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot clé **HTK9152** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr