

ANNONCES  
CLASSÉES  
À PARTIR DE  
LA PAGE 10

3€

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

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

KEI KOBAYASHI  
ENFIN CHEZ LUI

DANS LE 'LIVRE BLANC' DE L'UMIH

PAGE 3

JURIDIQUE

PAGE 26

## LE CONTRAT D'AVENIR ET LA TVA À 5,5 % EN TÊTE DES PRÉOCCUPATIONS DES DIRIGEANTS



Roland Héguay, président confédéral de l'Umih (à gauche) et Hervé Bécam, vice-président, estiment que "pour conduire son action, l'Umih se doit de posséder une vision à long terme et d'afficher des positions cohérentes sur tous les sujets auxquels elle est partie prenante".

Lundi 4 juillet, lors du conseil d'administration de l'Umih, la direction nationale a présenté le livre blanc promis lors du congrès de Biarritz en octobre dernier. L'ouvrage vise à donner aux professionnels sur le terrain les clés d'un message cohérent et fait le point sur les enjeux actuels et à venir. Son but est de dresser "un état des lieux des chantiers en cours et de fixer sur le papier les objectifs à poursuivre". Cet outil vient donc d'être présenté aux présidents départementaux. Point par point, et sous forme d'abécédaire, il couvre toutes les questions cruciales du secteur, chiffres à l'appui. Chaque constat est suivi d'objectifs sur l'apprentissage, la TVA à taux réduit, le respect des engagements du contrat d'avenir, mais aussi des propositions, telles que la création d'une banque de licences pour redistribuer celles non exploitées.

### N'oubliez pas la prime TVA

AU SOFITEL NEW YORK PAGE 4

### Le redoutable pouvoir du syndicat des employés d'hôtels

APPRENTISSAGE PAGE 28

### Le plaidoyer de Régis Marcon pour l'alternance en restauration

AUX ÉTATS-UNIS PAGES 6-7

### Cuisine Solutions lance des concepts de restauration

CONJONCTURE

PAGES 2, 5, 9 ET 25

SUR LE ROCHER

PAGE 32

## Des palaces aux restaurants de plage, météo estivale au beau fixe

Tous les observateurs s'accordent à dire que la reprise est bel et bien là. Objectif avoué de Frédéric Lefebvre, le secrétaire d'État au Tourisme, pour

la France : celui de reconquérir une place de leader mondial du tourisme abandonnée à l'Espagne (page 2). Un pari réalisable, si l'on en croit les excellents

chiffres de l'hôtellerie annoncés par le cabinet Deloitte au mois de mai (page 5) et les prévisions estivales des professionnels de l'Umih (page 9).

## La gastronomie du bonheur



Bernard Lambert, Alain Ducasse, Luca Allegri et les chefs de la SBM ayant participé au mariage du prince Albert II de Monaco et Charlene Wittstock.

CLASSIFICATION HÔTELIÈRE

PAGE 4

## Louvre Hotels s'associe à Oséo et KPMG pour une montée en gamme de ses établissements

## Le bel été

Rarement les prévisions et les commentaires ont été aussi positifs que cette année sur les perspectives de la saison estivale. De l'enquête de l'Umih région par région (lire en page 9) aux perspectives tracées par **Frédéric Lefebvre**, secrétaire d'État au Tourisme lors d'une récente conférence de presse (lire ci-après), les professionnels du tourisme ont globalement les meilleures raisons de se réjouir des intentions des vacanciers pour cet été.

**Et comme l'optimisme est contagieux, chacun se prend à rêver d'une reconquête par la France de la place de première destination touristique mondiale.**

Certes, mais sans vouloir gâcher la fête, il n'est pas inutile d'examiner les causes réelles de cet engouement afin d'éviter toute déception consécutive à une excessive euphorie.

**Il serait tentant de considérer que ce succès hexagonal est fondé sur les immenses qualités de notre beau pays, terre de civilisation, de gastronomie, de haute culture et de monuments incomparables, de paysages sublimes et de stations balnéaires de charme, d'une capitale centre du monde et du shopping de luxe, sans oublier le sens incomparable de l'accueil de nos compatriotes souriants, détendus, aimables, nos chauffeurs de taxis polyglottes et complaisants, nos agents de comptoir d'Air France toujours disponibles et informés.**

**Bon, faut pas rêver.**

Selon les enquêtes diligentées par les pouvoirs publics et les professionnels, les principaux facteurs de décision dans le choix des destinations de vacances reposent sur des considérations d'une tout autre nature (lire page 25). D'abord et avant tout, le prix est le critère déterminant, car il serait dangereux d'oublier qu'une grande partie des touristes européens ressent négativement l'évolution de son pouvoir d'achat. Chaque euro compte dans le budget des vacances, malgré la naturelle tendance estivale à s'accorder le nécessaire superflu qui ne devrait pas, cet été, se traduire par des dépenses inconsidérées, notamment pour l'hébergement ou la restauration.

**Juste un chiffre pour revenir sur le terrain de la dure réalité économique : 46,5% des Français prévoient de partir en vacances pour une durée moyenne de 13 jours en dépensant par foyer environ 1 320 € (si on considère qu'un foyer représente au moins deux personnes, c'est un budget quotidien de 50 € tout compris par individu !). Et comme 85 % d'entre eux ont prévu de rester dans l'Hexagone, chiffre en nette hausse depuis l'instabilité politique dans les pays récepteurs du Maghreb et du Proche-Orient, il faut envisager une clientèle très attentive à ses dépenses.**

Mais restons optimistes : du Plaza Athénée (où la clientèle compte peu ses dollars) au camping des Flots bleus, tout est complet pour les prochaines semaines.

L. H.

## EN BREF

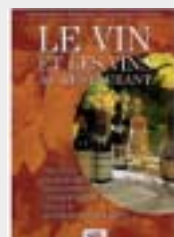
### Bridgepoint prend le contrôle de Mezzo di Pasta

Le fonds d'investissement Bridgepoint Capital Développement (BDC) vient d'acquiescer plus de 50 % du capital de Mezzo di Pasta. Fondée en 2002 à Strasbourg, cette chaîne de restauration rapide compte 126 points de vente, dont 7 à l'étranger. "Les fondateurs ont su faire de Mezzo di Pasta le leader incontesté sur le segment de la restauration rapide de la pâte fraîche, un modèle unique en Europe", estime **Pierre Colasson**, responsable de Bridgepoint Development Capital en France. Le concept propose une grande variété de pâtes fraîches aux formes diverses, préparées à la commande et à consommer sur place ou à emporter. Objectifs affichés : accélérer les ouvertures en France et développer la marque à l'étranger.

### Union finalisée entre Marriott et AC Hotels

La nouvelle marque AC Hotels by Marriott a été lancée officiellement le 15 juin dernier à Madrid. Le partenariat réalisé entre les deux groupes, l'un espagnol, l'autre américain, permet à AC Hotels de bénéficier de toute la distribution Marriott, y compris sur Marriott.fr, et au groupe Marriott d'augmenter son portefeuille de 85 hôtels en Espagne, en Italie et au Portugal, afin d'atteindre encore plus rapidement l'objectif fixé des 80 000 chambres en Europe d'ici à 2015.

### 'Le vin et les vins au restaurant', des éditions BPI, reçoit le prix de l'OIV 2011



Les lauréats des prix de l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV) 2011 ont été désignés dans le cadre du 34<sup>e</sup> Congrès

mondial de la vigne et du vin et la 9<sup>e</sup> assemblée générale de l'OIV, qui se sont tenus à Porto (Portugal), du 20 au 25 juin 2011. Dans la catégorie 'Découverte et présentation des vins' le prix de l'OIV a été attribué à **Paul Brunet** pour son ouvrage *Le vin et les vins au restaurant*, paru aux éditions BPI. Ces prix récompensent les meilleurs ouvrages dans différentes catégories : viticulture, œnologie, sciences, histoire, monographie à caractère scientifique, vins et territoires...

### Un nouveau pâtissier à la tête de Fauchon

**Isabelle Capron**, directeur général de Fauchon, vient de nommer **Fabien Rouillard**, 38 ans, chef pâtissier exécutif, à la tête de la création internationale et de la production de la pâtisserie Fauchon. Il succède à **Christophe Adam**, en poste depuis quinze ans. Fabien Rouillard avait déjà officié chez Fauchon en tant que chef de partie en 1996. Diplômé de l'Institut Vatel, il a notamment acquis une expertise de la pâtisserie dans l'univers des restaurants étoilés (Lucas Carton, Le Tastevin), mais également du traiteur (Raynier Marchetti). Ayant fondé l'agence de création CC Dessert, il dispose enfin d'une forte culture entrepreneuriale et internationale.

## IL SE DIT "RAISONNABLEMENT OPTIMISTE"

# Frédéric Lefebvre annonce un été au beau fixe

Fort des bons résultats du premier semestre tant en matière de fréquentation que de dépenses des visiteurs français et étrangers, le secrétaire d'État au Tourisme annonce une saison estivale prometteuse pour le tourisme hexagonal.



Frédéric Lefebvre estime que la France "peut retrouver le niveau exceptionnel d'avant la crise".

Pour le secrétaire d'État au Tourisme **Frédéric Lefebvre**, il est encore prématuré de s'avancer sur des chiffres précis. Toutefois, il déclare être "raisonnablement optimiste pour les tendances à venir de la saison d'été." Il a présenté l'année 2010 comme la dernière année de crise pour une activité touristique qui amorce son redémarrage. Souhaitant surfer sur cette vague de la reprise, le secrétaire d'État entend valoriser le tourisme, afin de permettre à la France de retrouver sa première place de destination touristique perdue au profit de l'Espagne. "On peut retrouver le niveau exceptionnel d'avant la crise", assure-t-il.

Les raisons de cet optimisme ministériel - partagé par les professionnels, précise-t-il - repose sur plusieurs éléments. D'abord, un bilan positif au premier semestre : sur les cinq premiers mois de l'année, les dépenses des touristes français sur le territoire national ont augmenté de 6,8 %, selon un baromètre TNS-Sofres réalisé pour Atout France. Ce qui représente plus de 190 € par séjour et plus de 50 € par nuitée. En ce qui concerne les visiteurs européens sur la même période, cette hausse des dépenses serait de 3,9 %, soit 350 € en plus par séjour et 85 € par nuitée.

### Une saison estivale sous les meilleurs auspices

D'après le baromètre TNS-Sofres, la fréquentation de la clientèle française a connu une nette augmentation de plus de 10 % en termes de nuitées dès le mois de juin. Même tendance pour les 5 principales clientèles européennes (Royaume-Uni, Allemagne, Belgique, Italie, Pays-Bas) dont les nuitées progressent de plus de 12 %. Les prévisions pour les mois de juillet et août sont tout aussi positives, avec une fréquentation en hausse par rapport à l'an passé, du fait de l'accroissement des durées de séjour, de façon modérée en juillet avec des nuitées en hausse de 2 % mais plus affirmée en août avec une augmentation de 7 % des nuitées.

Du côté des 5 principales clientèles européennes, l'augmentation des arrivées en France en juillet et août se conjuguerait avec un allongement de la durée des séjours, qui devrait se traduire par une hausse respective des nuitées de 8 % et 13 %.

Pascale Carbillat

## 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 PARITAIRE

n° 0910 T 79916

Dépôt légal à parution

Diffusion : 56 112 - ISSN 0750 - 3717

### IMPRESSION

Rotocentre - 45 770 Saran

Capital : 1 418 141,74 €

Principal actionnaire : Bureau de Presse



Presse PRO

UN TOUR D'HORIZON COMPLET ET PRAGMATIQUE

# L'UMIH PUBLIE SON LIVRE BLANC

Journée chargée pour l'Umih, ce lundi 4 juillet. Au programme du conseil d'administration notamment, la présentation du livre blanc promis lors du congrès de Biarritz en octobre dernier. L'ouvrage vise à donner aux professionnels sur le terrain les clés d'un message cohérent et fait le point sur les chantiers en cours et les objectifs à venir.

Lors du congrès de Biarritz, **Roland Héguy**, président confédéral de l'Umih et **Hervé Bécam**, vice-président, avaient annoncé la rédaction d'un livre blanc dans lequel les deux hommes s'engageaient à dresser "un état des lieux des chantiers en cours et à fixer sur le papier les objectifs à poursuivre". L'outil est prêt et il vient d'être présenté, lundi 4 juillet, aux présidents départementaux, réunis en conseil d'administration. Fil conducteur : un abécédaire qui couvre tous les dossiers du secteur. "Pour conduire son action, l'Umih se doit de posséder une vision à long terme et d'afficher des positions cohérentes sur tous les sujets auxquels elle est partie prenante", rappellent en préambule les dirigeants du syndicat de la rue d'Anjou.

On trouve dans l'ouvrage des chiffres clés à connaître comme le pourcentage d'alcool consommé dans les CHR, qui représente entre 12 et 15 % de l'alcool consom-

mé en France. Près de 85 % de l'alcool est ainsi vendu librement dans les grandes surfaces. La profession compte environ 85 000 jeunes en formation professionnelle initiale dont 50 000 sous statut scolaire et 35 000 en contrat d'apprentissage. La rentrée scolaire 2009/2010 présentait une progression de 6,7 % des contrats d'apprentissage par rapport à l'année précédente et cette progression s'est confirmée à la rentrée 2010/2011 avec une nouvelle hausse de 2,09 %. Chaque année, le secteur recherche près de 60 000 nouveaux professionnels pour accueillir les 75 millions de visiteurs annuels qui séjournent sur le territoire. La France ne compte plus que 38 000 licences de débits de boissons (contre 173 400 en 2003), etc.

Chaque constat est suivi d'objectifs. Concernant l'apprentissage, l'Umih recommande par exemple à tous ses élus d'être présents dans les conseils d'administration ou de perfectionnement des établissements de formation. Elle soutient la démarche de **Régis Marcon** pour qui il faut rendre obligatoire la formation des maîtres d'apprentissage et elle souhaite que les CQP-IH (certificat de qualification professionnelle de l'industrie hôtelière) soient accessibles par l'apprentissage. Le syndicat confirme aussi sa volonté de mettre en place un service d'aide à l'accès au financement des entreprises sur mesure.

## Créer une banque de licences

Sur le terrain social, l'Umih évoque la mise en place de chèques-vacances ou encore celle d'un régime de frais de santé complémentaire, pour les retraités notamment. Le syndicat entend bien également maintenir et dynamiser sa présence au sein des commissions régionales paritaires de formation (CRPF) dont les membres seront renouvelés dans leur totalité en janvier 2012, indique-t-on pour mémoire. Sous

## Discours de Roland Héguy

Le conseil d'administration a également été marqué par la présentation de nouveaux statuts, qui devraient être votés en septembre, et un discours du président confédéral particulièrement applaudi. Extraits.

**Contrat d'avenir :** "Pérenniser le contrat d'avenir est une priorité absolue de notre mandat. [Et si] nous gardons la TVA à 5,5%, (...) nous ne sommes pas à l'abri de nouvelles attaques au-delà de l'élection présidentielle. Notre détermination doit donc rester intacte pour défendre le bilan positif du contrat d'avenir : 50 000 emplois créés, 20 000 défaillances d'entreprises évitées, 30 000 emplois maintenus."

**Formation :** "Nous avons proposé aux syndicats de salariés de s'engager avec nous sur une charte par laquelle nous créerons dans les Umih départementales volontaires des points d'information pour les jeunes. Avec le Fafih, nous avons en projet une convention qui nous permettra de former des animateurs de missions locales à la connaissance de nos métiers. (...) Nous sommes en négociation avec l'Éducation



nationale pour renforcer notre rôle dans l'orientation."

**SPRE :** "Elle ne nous propose toujours pas de mode de calcul clair. Elle reste dans l'arbitraire et continue de demander des montants exorbitants. Qu'elle sache aujourd'hui une chose : nous ne céderons pas." [Roland Héguy s'élève aussi contre l'application de la rémunération sur les chambres d'hôtels qui vient s'ajouter au tableau.]

**Lois sécurité et accessibilité :** "Une priorité de notre mandat est d'obtenir des assouplissements

(...) En mai, nous avons récolté les premiers fruits de notre action. Je ne parle pas des trois mois supplémentaires accordés pour se mettre aux normes incendies. Nous avons obtenu des aménagements importants de la réglementation pour les petits hôtels. Il y a d'autres chantiers pour l'hôtellerie. Nous travaillons maintenant en lien avec notre structure associée, le GNC, pour nous préparer au mieux à franchir le cap de 2020, pour lequel un décret obligera à réduire considérablement nos consommations énergétiques." [Roland Héguy annonce également une politique de communication renforcée et il est longuement revenu sur la représentativité syndicale.] "Selon nos sources, nous réunissons 85 % des CHR syndiqués. (...) Nous sommes largement majoritaires. (...) Pourtant, nous n'allons pas en rester là. Car, d'ici un an, nous aurons 10 000 adhérents de plus !"

## Ils y travaillent...

**Roland Héguy** a chaleureusement remercié ses équipes pour le travail effectué, mettant notamment à l'honneur **Philippe Villalon** (en charge du contrat d'avenir et de modernisation), **Laurent Duc** (Hotrec, prospective, régions, classification), **Bertrand Lecourt** (normes sécurité et accessibilité), **Laurent Lutse** (SPRE), **Thierry Grégoire** (résidences mixtes), **Roger Sengel** (partenariats), **Michel Bedu** (formation, social et statuts), le GNC (développement durable), **Jean-Marc Banquet d'Orx** et **Evelyne Maës** (trésorerie).

la responsabilité de la FNCB-MN, la rue d'Anjou réclame la création d'une banque de licences qui recueillerait les licences non exploitées afin de les rendre disponibles. L'enjeu est important pour le maillage et l'équilibre du territoire en zone rural. Le développement des résidences mixtes, voulu par la FNS, pour les saisonniers, les étudiants et les apprentis des branches pro-

fessionnelles CHR et des métiers de bouche est expliqué, tout comme la nécessité de s'engager dans le nouveau classement hôtelier ou le titre de Maître restaurateur. Ce livre blanc parle aussi cafés-culture, Hotrec, lobbying, région, normes, développement durable, solidarité, valeurs... Il est complet, pragmatique et en aucun cas figé dans le temps.

Sylvie Soubes

LE 3 ÉTOILES FERMERA SES PORTES DU 28 AOÛT AU 13 OCTOBRE POUR RÉNOVATION

## Benoît Violier succèdera à Philippe Rochat

**Crissier (Suisse)** Dès avril 2012, Benoît Violier deviendra, à 41 ans, le quatrième patron de l'Hôtel de ville, succédant à Philippe Rochat, Frédy et Benjamin Girardet à la tête du restaurant fondé en 1953.

**B**enoît Violier a travaillé avec de grands noms de la gastronomie tels **Joël Robuchon**, **Philippe Rochat** et **Frédy Girardet**, lequel assure : "Il a été formé par Philippe Rochat et moi-même, ce qui lui donne le potentiel de devenir le meilleur d'entre nous."

L'Hôtel de ville de Crissier, 3 étoiles *Michelin*, sera métamorphosé durant ces prochains mois. Les cuisines, les sous-sols et les salles seront complètement réactualisés de façon à permettre au nouveau maître des lieux d'accueillir ses hôtes dans un décor à son image, tout en respectant l'esprit et la philosophie du lieu. L'ampleur des travaux entraînera la modification des dates de fermeture du restaurant, soit du 28 août au 13 octobre 2011. "J'ai voulu que Benoît puisse disposer du restaurant dont j'avais rêvé. C'est ce qui est en train de se réaliser. Fort de ses seize années passées dans les cuisines de l'Hôtel de ville de Crissier, il est aujourd'hui à la fois créateur inlassable, passionné, exigeant, porteur d'un savoir-faire et respectueux des traditions", estime Philippe



Rochat. **Philippe Rochat** et **Benoît Violier** : passage de témoin programmé en avril 2012.

Le nouveau concept associera une cuisine de saison, évolutive et saine, aux côtés des plats mythiques tels que l'Œuf en surprise à la truffe blanche, les Rognons Bolo façon Benjamin et le Soufflé au fruit de la passion FG. Parallèlement au passage de témoin aux fourneaux, Benoît Violier, **Vera Michalski** et **André Hoffmann** vont rejoindre les actionnaires actuels du Restaurant Philippe Rochat, **Franz Wassmer** et **André Kudelski**.

"Il n'est jamais facile de décider du bon moment pour passer le témoin, reconnaît Philippe Rochat. Au terme d'un projet de cinq ans, j'ai souhaité donner à Benoît l'opportunité de reprendre le flambeau quand lui-même s'est senti apte à mener à bien cette succession." Rendez-vous au printemps 2012.

L. C.

**RESTAURANT PHILIPPE ROCHAT**  
RESTAURANT DE L'HÔTEL DE VILLE  
1023 CRISSIER SUISSE  
[WWW.PHILIPPE-ROCHAT.CH](http://WWW.PHILIPPE-ROCHAT.CH)

DANS L'AFFAIRE DU SOFITEL NEW YORK

# Accor face à la puissance des syndicats d'employés d'hôtels de la Grosse Pomme

Critiquée pour avoir cautionné trop vite les propos de son employée Nassifatou Diallo, la marque Sofitel du groupe Accor se serait bien passée de ce nouveau rebondissement de l'affaire DSK. Si l'opérateur hôtelier refuse de s'exprimer, invoquant son devoir de réserve, le syndicat des employés d'hôtels de New York s'est pour sa part fait entendre plusieurs fois sur le sujet. Ce décalage est-il une tactique du groupe ou un mutisme calculé face au pouvoir des 'unions' ? Analyse.

Le Sofitel New York figure sans doute parmi les hôtels les plus en vue du groupe Accor et demeure l'un des plus populaires auprès des hommes d'affaires français. Avec ses 398 chambres, il gère un effectif au moins aussi important d'employés. Théoriquement, ceux-ci peuvent, comme dans tous les hôtels situés sur le sol américain, être ou non affiliés à un syndicat. Sauf qu'à New York, tous les employés sont systématiquement syndiqués.

Dans l'affaire du Sofitel, il est reproché à Accor, et plus particulièrement au directeur de l'établissement, **Jorge Tito**, d'avoir cautionné un peu vite les propos de la femme de chambre. En réalité, le directeur ne s'est jamais exprimé à ce sujet. Le seul porte-parole de **Nassifatou Diallo** a été le syndicat des employés, également à l'origine des huées des femmes de chambre qui ont accueilli l'ex-directeur du FMI à son arrivée au palais de justice de Manhattan. Pour les directeurs d'hôtels français ayant été en poste aux États-Unis, cela n'a rien de surprenant : "Les syndicats aux États-Unis ont des pouvoirs très importants", estime **François Delahaye**, vice-président du groupe Dorchester qui exploite le New York Palace Hotel. "Lorsque nous embau-

chons une personne aux États-Unis, c'est le syndicat qui sélectionne les candidatures", ajoute-t-il. Une appréciation que nuance **Didier Le Calvez**, actuel directeur général du Bristol qui occupa le poste de directeur du Pierre à New York : "Les syndicats ont un rôle de représentation et de négociation. Ils font souvent pression pour défendre leurs employés, ce qui est leur droit le plus strict. En revanche, ils en réfèrent au directeur général."

## Combats syndicaux durs

Pourtant, dans l'affaire du Sofitel, le syndicat a été le seul à s'exprimer, et ce à plusieurs reprises, le directeur de l'hôtel ayant toujours gardé le silence. "Ce qui est



Une des chambres du Sofitel New York. "Les syndicats aux États-Unis ont des pouvoirs très importants", estime **François Delahaye**, vice-président du groupe Dorchester.

assez surprenant, reprend **Didier Le Calvez**, car le directeur général est le porte-parole de l'hôtel". Mais pour **François Delahaye**, "aux États-Unis, les fonctions sont bien dissociées" : "le directeur général gère la partie management alors que la gestion des employés est effectuée par les syndicats." Le très puissant syndicat Unite Here (qui a intégré en 2004 l'ancien Hotel Employees and Restaurant Employees Union, syndicat des employés des hôtels

## Affaire DSK : Accor dément toute intervention

Le groupe Accor nie toute intervention de ses dirigeants dans l'affaire **Dominique Strauss-Kahn** dans un communiqué rendu public le 3 juillet dernier : "Les dirigeants du groupe Accor démentent formellement les allégations

prophétisées à leur rencontre, laissant entendre qu'ils seraient intervenus d'une quelconque manière dans le déroulement et le traitement de cette affaire (...) Ces informations sont sans fondement et pourraient être considérées comme diffamatoires". Le groupe rappelle qu'il est "tenu

à un devoir de réserve dans le cadre de la procédure judiciaire en cours sur l'affaire intervenue au Sofitel New York samedi 14 mai et reste à la disposition des autorités américaines pour que toute la lumière soit faite sur cette affaire".

et restaurants) est connu pour ses combats syndicaux durs dans le secteur hôtelier. C'est lui qui a notamment mené récemment une grande campagne contre les conditions de travail existant au sein du groupe Hyatt. Pour sa part, Accor, qui ne veut plus s'exprimer sur le sujet (son dernier communiqué officiel remonte au 3 juillet, voir ci-contre), rappelle son devoir de réserve. Le groupe campe sur ses positions, et préfère refuser de cautionner telle ou telle information. **Évelyne de Bast**

"NOUS SOMMES UN ACCÉLÉRATEUR ET UN FACILITATEUR"

## Louvre Hotels signe avec Oséo et KPMG pour faire monter en gamme ses établissements

Un triple partenariat a été conclu entre le groupe hôtelier, l'entreprise publique de financement des PME et entreprises intermédiaires et le cabinet d'expertise. L'objectif : permettre aux établissements du groupe de s'adapter à la nouvelle classification, en amont et en aval, grâce à une assistance technique et à un accès plus rapide aux financements.

En la personne de **Victoire Boissier**, vice-présidente finance de LHG, Louvre Hotels a signé le 4 juillet un partenariat avec Oséo, représenté par **Joël Darnaud**, directeur général délégué, assisté de **Richard Livet**, responsable du marché tourisme France d'Oséo, et KPMG. Le cabinet d'expertise était lui représenté par **Jean-Marc Aubault**, directeur national de la filière franchise et réseaux assisté de **Xavier Tissandier**.

Ce partenariat est destiné à aider les hôtels à monter en gamme et à financer leurs investissements de rénovation dans le cadre des mises aux normes. Ce nouveau dispositif s'ajoute à ceux déjà mis en place depuis le début de l'année par la direction des opérations en franchise. Première concernée, Kyriad, la marque non standardisée du groupe, dont un tiers du parc seulement est classé 3 étoiles.

### Des demandes de prêts plus nombreuses

Initié par Louvre Hotels, ce partenariat satisfait tous les acteurs impliqués. Louvre Hotels donne ainsi les moyens à ses hôtels de se mettre aux normes - 3 étoiles pour les Kyriad et 3 ou 4 étoiles pour les Kyriad Prestige. L'attribution de la nouvelle classification est souvent liée à des travaux de rénovation pour lesquels l'obtention de prêts s'avère souvent nécessaire. "Dans ce cadre, nous sommes un accélérateur et un facilitateur", lance **Jean-Virgile Crance**, directeur des opérations franchise du groupe. "Cela va permettre à nos hôtels franchisés d'obtenir plus rapidement leurs prêts." Visés au préalable par le groupe



"Nos animateurs régionaux sont les maillons forts du système", lance **Jean-Virgile Crance**, directeur des opérations franchise du groupe Louvre Hotels.

au sein d'une commission interne, les dossiers vont suivre des circuits plus courts.

De son côté, ce dispositif permet à Oséo d'augmenter le nombre de ses prêts participatifs pour la rénovation hôtelière (PPR) et prêts participatifs pour la modernisation de la restauration (PPMR), encore à la traîne. "Nous sommes sur le même rythme que les hôtels qui demandent leur classement", souligne **Richard Livet**, nous avançons donc lentement." À ce jour, seuls quelque 1 100 dossiers de classement se trouveraient entre les mains d'Atout France.

Le rôle de KPMG se situe en amont du montage des dossiers de financement. Le groupe d'experts apporte aux hôteliers l'assistance technique nécessaire pour réaliser les études de faisabilité à des tarifs préférentiels. Le partenariat a été étendu aux demandes liées à la création d'entreprises (études de faisabilité), à la transmission et au suivi dans la gestion de l'entreprise.

Du côté de Kyriad et Kyriad Prestige, "tous les établissements devront avoir leur classement 3 étoiles d'ici à 2012",

martèle **Jean-Virgile Crance**. Pour convaincre les hôteliers, le directeur multiplie les réunions d'information en région - six depuis le début de l'année, totalisant 145 hôtels sur les 220 qui constituent le réseau - pour présenter l'ensemble du dispositif "toujours avec le soutien de l'association des franchisés de Louvre Hotels" souligne-t-il. La démarche suggérée aux hôteliers pour obtenir leur classement se décompose en deux temps : en faisant d'abord réaliser une pré-évaluation par le cabinet Archipel (coût proposé : 170 €) puis un audit via l'un des trois cabinets agréés Cofrac retenus par Louvre Hotels. "Les hôtels sont libres d'adhérer ou non à ce dispositif", ajoute le directeur, mais ils ont aujourd'hui toute la panoplie d'outils pour les aider à atteindre les objectifs fixés. D'ailleurs, nous allons élargir ces propositions à l'ensemble des marques Première Classe et Campanile."

### 25 nouveaux hôtels franchisés depuis le début de l'année

La boulimie du directeur des opérations franchise de Louvre Hotels ne s'arrête pas là. Depuis le début de l'année, il a augmenté son portefeuille avec 25 nouveaux hôtels dont 2 Campanile, 12 Première Classe, 4 Kyriad Design by Enzo, 6 Kyriad, 1 Kyriad Prestige. Aujourd'hui, Louvre Hotels souhaite muscler son organisation. "Nos animateurs régionaux sont les maillons forts du système. Le métier d'animateur régional doit évoluer vers celui de responsable régional. À nous de leur donner les moyens, avec de nouveaux outils et de nouvelles méthodes de travail." **É. de B.**

## BAROMÈTRE DELOITTE

# En mai, l'hôtellerie française a poursuivi son retour en force

Le baromètre des performances hôtelières, réalisé par le cabinet d'expertise Deloitte, confirme qu'au mois de mai la reprise a continué de se traduire par une croissance des RevPAR et des taux d'occupation.

D'après le baromètre mensuel des performances hôtelières réalisé par le cabinet d'expertise Deloitte, l'hôtellerie française a poursuivi sa croissance en mai. Il convient désormais de mettre en perspective les données 2011 avec des performances 2010, déjà elles-mêmes en augmentation.

Tous les segments hôteliers ont connu des performances satisfaisantes en mai. De nombreuses agglomérations enregistrent même des taux de croissance à deux chiffres, notamment sur les segments 2 et 3 étoiles. Angers, Nancy, Nantes, Reims, Rennes, Rouen ou encore Toulouse figurent en bonne place des villes ayant connu les plus fortes hausses.

Alors que le premier semestre se termine, la reprise n'en finit pas de se confirmer dans l'hôtellerie française. Un optimisme que viennent encore accroître des perspectives estivales positives.

"À Paris, estiment les experts de Deloitte, les taux d'occupation ont flirté avec les sommets au mois de mai : ils ont dépassé les 82 % dans toutes les catégories." Ces mêmes

analystes relèvent les effets notables, dans la capitale, d'un "calendrier propice au tourisme d'affaires, avec l'absence de ponts les 1<sup>er</sup> et 8 mai". "Les prix ont ainsi été optimisés dans toutes les catégories, contribuant largement à la forte augmentation des RevPAR", concluent-ils.

## Le sourire dans les grandes agglomérations

En Île-de-France, l'ensemble des segments hôteliers a progressé en mai, mais les créneaux 2 et 3 étoiles se sont particulièrement distingués "avec des hausses significatives de RevPAR (jusqu'à + 32 % pour l'hôtellerie 3 étoiles des Yvelines)", note Deloitte.

En province, "les augmentations de recettes hébergement ont toutefois été plus modérées qu'en Île-de-France", poursuivent les analystes de Deloitte, "gagnant en moyenne 6 % pour l'hôtellerie milieu et haut de gamme. (...) Sur le marché économique, l'évolution de RevPAR s'échelonne de - 0,6 % à + 5,8 % selon les régions." Les hôteliers de la plupart des grandes agglomérations ont également le sourire, à

l'exception des marchés montpelliérains et dijonnais, en retrait en mai sur tous les segments hors économiques.

Sur la Côte d'Azur, tempère le baromètre Deloitte, Nice se distingue des autres des-

tinations par une fréquentation hôtelière en baisse. Les hôtels de Cannes et Monaco ont, quant à eux, réalisé de très bonnes performances de fréquentation, enregistrant un retour des clientèles étrangères.

## Données mensuelles

Mai 2011	TO 2011	Var/n-1	RMC 2011	Var/n-1	RevPAR 2011	Var/n-1
4-5 étoiles	75,0 %	3,0 %	272 €	6,6 %	204 €	9,8 %
3 étoiles	73,8 %	2,5 %	101 €	6,6 %	75 €	9,2 %
2 étoiles	70,0 %	2,1 %	65 €	4,4 %	46 €	6,5 %

## Paris, données mensuelles

Mai 2011	TO 2011	Var/n-1	RMC 2011	Var/n-1	RevPAR 2011	Var/n-1
4-5 étoiles	84,6 %	1,3 %	287 €	9,2 %	242 €	10,6 %
3 étoiles	89,6 %	1,1 %	127 €	10,0 %	114 €	11,2 %
2 étoiles	90,8 %	0,6 %	83 €	6,7 %	76 €	7,4 %

## Province, données mensuelles

Mai 2011	TO 2011	Var/n-1	RMC 2011	Var/n-1	RevPAR 2011	Var/n-1
4-5 étoiles	64,9 %	5,1 %	156 €	1,3 %	102 €	6,5 %
3 étoiles	66,7 %	2,5 %	90 €	3,7 %	60 €	6,2 %
2 étoiles	66,7 %	2,6 %	65 €	3,6 %	44 €	6,2 %

TO = Taux d'occupation. RMC = Recette moyenne par chambre louée. RevPar = Revenu moyen par chambre disponible.

## DANS L'ADRESSE QU'IL A INAUGURÉE EN FÉVRIER DERNIER

# Kei Kobayashi enfin chez lui

Paris (1<sup>er</sup>) Après sept ans au Plaza Athénée, le chef japonais s'installe pour la première fois aux commandes de son propre restaurant, dans l'ancien restaurant de Gérard Besson.

Après avoir étudié la cuisine française au Japon, Kei Kobayashi arrive en France en 1999 pour explorer différents terroirs. Ce qu'il fait à l'Auberge du vieux puits à Fontjoncouse (11) ou au Prieuré à Villeneuve-lès-Avignon (30), avant une expérience de sept ans au Plaza Athénée (Paris, VIII<sup>e</sup>), sous la direction de Jean-François Piège, puis de Christophe Moret. En 2010, il part à la recherche d'un lieu où s'exprimer seul pour la première fois. L'adresse qu'il a inaugurée en février dernier est déjà connue des Parisiens : il s'agit de l'ancien restaurant de Gérard Besson (Paris, 1<sup>er</sup>), qui, depuis, vient lui rendre régulièrement visite. La transition s'est faite en douceur, mais Kei Kobayashi sait que la maison a son histoire et ses habitudes. Business au déjeuner, plus internationale et diversifiée le soir, la clientèle émet très vite ses desiderata. Le chef adapte et raccourcit le temps passé à table à midi. Dans le cadre



Kei Kobayashi dans son restaurant à Paris.

de son menu 4 ou 5 plats au déjeuner (38 € et 48 €), il comprend aussi que certains produits demeurent incontournables, comme le foie gras.

## À l'écoute et en évolution

Si le chef écoute les envies des clients et les remarques des journalistes, il continue cependant de faire évoluer sa cuisine comme il

l'entend. Arrivant du Plaza Athénée, il admet que sa cuisine a eu dès l'ouverture des accents assez sophistiqués. Depuis, il a choisi de simplifier, d'aller davantage à l'essentiel, avec toujours cette priorité donnée au goût et au visuel, héritage sans doute de ses origines japonaises.

Passer de cuisinier à chef d'entreprise n'est pas chose aisée, reconnaît-il. Alors qu'en tant qu'employé, il consacrait 100 % de son temps à la cuisine, il doit aujourd'hui gérer bien d'autres choses dans la vie de son restaurant... Mais le service du midi comme celui du soir affichent complet (pas plus de 20 couverts le midi et 25 le soir). Le chef l'avoue : cela a été et reste une obligation pour lui depuis l'ouverture. Pour l'ambiance du restaurant, le plaisir des employés et, bien sûr, celui des clients.

Caroline Mignot

**RESTAURANT KEI**  
5 RUE COQ HÉRON  
75001 PARIS  
TÉL. : 01 42 33 14 74  
**WWW.RESTAURANT-KEI.FR**

## "NOUS TRAVAILLONS SUR LE REPOSITIONNEMENT DE LA RESTAURATION DANS TOUS NOS HÔTELS"

# Hilton veut repenser son offre de restauration

Avec 18 hôtels en France et 209 en Europe, le groupe Hilton donne un nouveau souffle à sa restauration, désormais positionnée comme une activité économique à part entière au sein du groupe. James Glover, vice-président en charge du département Food and Beverage, est le héraut de cette nouvelle stratégie.

Entre 30 et 35 % du chiffre d'affaires du groupe Hilton est réalisé par la restauration, "avec une marge de 20 à 25 % selon les hôtels", déclare James Glover, vice-président chargé du département Food and Beverage du groupe Hilton, "mais cette activité était souvent vécue par les hôteliers comme un 'mal inévitable'", tandis que la partie hôtellerie assurait les deux tiers de la rentabilité de l'établissement.

Aujourd'hui, la donne a changé. "Depuis deux ans, lance James Glover, nous travaillons sur le repositionnement de la restauration dans tous nos hôtels." Toute l'organisation du travail a ainsi été repensée. Il en va de même pour les plages d'ouverture des restaurants (qui n'ont plus à être systématiquement étendue sur toute la journée si la clientèle n'est pas au rendez-vous), la modification du décor (à adapter en fonction de la clientèle et en harmonie avec l'environnement) et, enfin, la carte. Une nouvelle charte avec de nouveaux codes a été définie : la qualité, la simplicité, l'authenticité (penser local), le plaisir...

## Donner envie aux gens de revenir

Le groupe s'est attelé ensuite à la formation. "Nous n'avons pas pour objectif de devenir des étoilés Michelin, précise le vice-président, mais nous voulons offrir



une restauration simple et de qualité qui donne envie aux gens de revenir." Tous les trimestres, chefs et directeurs de restaurants se retrouvent ensemble pour se former et échanger leurs connaissances. Un portail intranet, composé de recettes, de fiches techniques et pratiques, est également mis à la disposition des équipes. Concours internes et parrainages de grands chefs sont également au programme.

Enfin, le client redevient la principale préoccupation du restaurateur. Tous les restaurants seront relookés pour devenir plus attractifs. Des designers spécifiques vont conduire les nouveaux décors comme on peut le constater au Nicholson's à Nottingham (Grande-Bretagne), ou encore au Blue Elephant du Hilton de Lyon (69).

Dans cet écrin repensé, parfois même rebaptisé, les restaurants vont proposer une nouvelle carte. "De cette façon, nous allons augmenter le ratio des visiteurs extérieurs, actuellement inférieur à 50 %", souligne James Glover. Enfin, les plats basiques comme le hamburger - de loin le plat le plus vendu dans le groupe -, devient un mets 'qualité garantie'. Chez Hilton, cette nouvelle stratégie n'a pas tardé à se mettre en place, comme au Hilton Arc de Triomphe (Paris, VIII<sup>e</sup>), où le chef Philippe Daigneaux a déjà revu entièrement sa carte.

Évelyne de Bast



## LA BOURSE

B. Loiseau	- 3,96 %	↘
Groupe Flo	+ 0,94 %	↗
Sodexo	+ 3,47 %	↗

ÉVOLUTION DU COURS  
ENTRE LE 27-06 ET LE 4-07-11

EN ASSOCIATION AVEC LE GROUPE LE DUFF

# CUISINE SOLUTIONS MONTE DES CONCEPTS

Washington (États-Unis) Stanislas Vilgrain, p.-d.g. de Cuisine Solutions, qui réalise des produits sous-vide pour la restauration, crée une nouvelle entité destinée à concevoir et lancer des concepts de restauration utilisant sa production.

Un fournisseur de restaurant qui se lance dans la restauration, ce n'est pas courant. Pour **Stanislas Vilgrain**, président fondateur de Cuisines Solutions, il est temps de sauter le pas. Un peu plus de vingt ans après sa création, puis son installation aux États-Unis, l'entreprise, avec 72 M€ de chiffre d'affaires, est solide. Elle conseille de nombreux clients sur les produits à mettre en place et les techniques à adopter. Pourquoi ne pas en profiter également soi-même ? La clef, c'est la création aux États-Unis, en parallèle, d'une holding baptisée Revolution Restaurants LLC. Cette nouvelle activité a pour principale vertu le marketing par l'exemple en démontrant à ses clients restaurateurs que ses produits plaisent, que l'on peut monter une affaire rapidement, sans investissement phénoménal et que la société a le savoir-faire pour proposer des solutions.

## Une success story à l'américaine

Fondée par le Français Stanislas Vilgrain à Louviers, en Normandie, en 1988, Cuisine Solutions a investi le marché américain dès 1989. Depuis plus de vingt ans, la société se développe en parallèle sur ces deux marchés si différents mais pas étanches, ce qui lui donne une double expertise. Elle crée des produits pour le marché français et d'autres pour les Américains. Ils peuvent ensuite conquérir l'autre marché. L'intérêt de cette double casquette est bien sûr d'être en alerte sur les tendances. Avec la crise, les consommateurs américains ont plébiscité le 'fast casual', les restaurants aux additions plus légères. Les nouveaux concepts fleurissent et leurs créateurs sont à la recherche de 'solutions' pour gagner du temps, réduire la main-d'œuvre, donc limiter les coûts, tout en ayant une exigence de qualité. L'entreprise, positionnée sur le haut de gamme, répond à cette demande. La vague arrive en France, Cuisine Solutions estime être fin prête.

Son cœur de métier, ce sont les protéines. La



L'équipe de Cuisine Solutions : **Jean-Pierre Guillaud**, directeur de la production, **Christian Plat**, directeur général Europe, **Felipe Hasselmann**, président États-Unis, **Stanislas Vilgrain**, fondateur et p.-d.g., **Bruno Goussault**, responsable scientifique et p.-d.g. du Crea, et **Gérard Berthelon**, directeur de la stratégie.

cuisson sous-vide, dite 'à juste température', a l'indéniable avantage avec sa cuisson lente pendant des heures (jusqu'à 72 heures pour le bœuf) de garantir une viande ultra tendre. La technique est contrôlée et améliorée par l'un des pionniers de la cuisson sous-vide, **Bruno Goussault**, directeur scientifique de l'unité recherche et développement. Également p.-d.g. du Centre de recherche et d'étude de l'alimentation (Crea) et expert reconnu, il a formé de très nombreux chefs français à cette technique. La remise en température après décongélation est simple et le produit toujours aussi tendre. Prétranché avant cuisson, cela va encore plus vite.

Alors certains vont prendre les viandes chaudes, pour les intégrer dans des sandwiches, ou froides dans des salades comme la chaîne Panera. Pour d'autres, la viande sera travaillée en concertation avec eux pour créer une recette spéciale dont ils auront l'exclusivité. Pour avoir son produit, il faut un montant minimum de commande, soit une cuve de 250 kg répartie en portions selon les souhaits du client. Du sur mesure. Les produits sous-vide sont ensuite surgelés et leur DLUO est généralement de dix-huit mois.

"La cuisson à juste température, c'est notre savoir-

faire, assure **Gérard Berthelon**, directeur de la stratégie. Cela s'accompagne d'un service de conseil indispensable pour que le rendu soit toujours optimal. Nous préconisons toujours un essai chez le restaurateur pour le conseiller en fonction de son matériel. Autre avantage, qui dit sous-vide dit moins de matériel et on peut avoir une cuisine plus petite. Côté travail, j'estime que l'on sert de



À Breadline, 5 sortes de pains, 25 combinaisons possibles.

26 COUVERTS ET UNE CUISINE DANS 40 M<sup>2</sup>

## Agapé Substance, droit à l'essentiel

Paris (VI<sup>e</sup>) Le 29 juin, premier service de David Toutain (ex de Marc Veyrat et d'Alain Passard). À ses côtés, Laurent Lapaire, qui dirige déjà l'Agapé et l'Agapé Bis.

Ce n'est pas une cuisine ouverte. La cuisine se trouve dans la salle : 26 couverts dans 40 m<sup>2</sup>, fourneaux inclus. Qui dit mieux ? D'un bout à l'autre de cet espace

en longueur, une longue table de chêne sur mesure sur laquelle se concentrent 20 couverts et une partie de la cuisine. Aux commandes, deux associés, le chef **David Toutain**, 30 ans, de retour en France après une virée en Espagne chez Mugaritz et à New York chez Corton, et **Laurent Lapaire**, ex-directeur de salle chez Passard, à la tête de l'Agapé et de l'Agapé bis. "J'ai monté trois restaurants en trois ans, j'ai la forme", glisse-t-il avec un grand sourire.

Les deux hommes se sont rencontrés chez **Alain Passard**, à l'Arpège



Le chef **David Toutain**, l'un des deux associés du restaurant.

un mur, mais d'être en contact avec le client. J'ai besoin de mouvement, que ça bouge", avoue le chef. Il est exaucé.

### Cuisine florale

Optimiser l'espace n'est pas ici une option, c'est une nécessité. Cela commence avec la recherche d'équipements plus petits que la taille standard et le casse-tête continue pour trouver l'agencement le plus performant. Cela demande ensuite aux équipiers de respecter une organisation méticuleuse, car le client n'en loupe pas une miette. Aussi, le gros du travail est préparé avant le service en misant sur une cuisson basse température très contrôlée. "Devant le client, on fait une cuisine de mise en place et un peu de cuisine minute. On en est principalement à la finition."

à Paris, et sont toujours restés en contact. L'idée d'un projet commun germe et Laurent Lapaire fait signe au jeune chef lorsqu'il dénicher ce petit local, un bar-restaurant baptisé Don Carlos. Pour David Toutain, le travail des designers **Zette Cazalas** et **Jesus Pacheco**, spécialisés dans l'architecture des musées, fait toute

la différence. Un décor de miroirs teintés en dégradés et de bois brut, les chaises Knoll Four Seasons Stool rééditées, la vaisselle Jaune de Chrome... épuré sans être froid. Les travaux ont débuté le 15 avril dernier, un peu plus de deux mois avant l'ouverture. "Je ne voulais pas d'un restaurant normal. Je n'avais pas envie de travailler derrière

# DE RESTAURATION



Un nouveau logo, plus moderne.

commis à nos clients. C'est un gain de temps indéniable. Et puis, nos produits sont pasteurisés, donc la sécurité alimentaire est garantie." Aujourd'hui, le chiffre d'affaires de Cuisine Solutions s'élève à 72 M€ pour le dernier exercice clos en juin 2011, dont 15 M€ pour l'Europe. "Le chiffre d'affaires en France pour le foodservice a progressé de 18 % sur le dernier exercice", annonce Christian Plat, le directeur général Europe (Italie, Espagne, Grande-Bretagne, Allemagne, Suède, Irlande et France). Dans l'Hexagone, les ventes en foodservice se divisent en 40 % sur le catalogue (126 produits, 15 nouveautés tous les six mois) et 60 % en productions spécifiques à la demande. Cuisine Solutions emploie aujourd'hui plus de 500 salariés (dont 120 en France). Elle dispose de 4 usines : deux en France, une au Chili et une aux États-Unis - qui devraient en accueillir une cinquième au printemps prochain.

En juin, évolution ou révolution, la société revendique - jusque sur son nouveau logo - sa spécificité : le sous-vide. Plus question de se cacher, on met en avant une technique qui permet de respecter la qualité, la texture et le goût du produit dans la mesure où l'on respecte la marche à suivre. Le nouveau slogan : 'Master of sous-vide depuis 1971'. Une image moderne véhiculée aussi par le packaging ou le site internet tout neuf.

Le marché du fast casual, qui s'est fortement développé ces dernières années outre-Atlantique, est promis à la même percée en Europe. L'expérience acquise aux États-Unis par Cuisine Solutions est un atout dont elle compte se servir sur le marché français. "En France, il y a trop de produits préparés à l'avance. Il faut préparer à la commande avec les bases d'assemblage cuites et la clé, c'est la customi-

sation du produit", indique Gérard Berthelon.

"Nous ne proposons pas des produits mais des solutions. Aux États-Unis, les restaurateurs font de l'argent sur les ventes, pas sur les coûts. Quand ils viennent nous voir, ils nous demandent d'abord des solutions avec un conseil en matériel. La question du coût vient ensuite, dit Stanislas Vilgrain. Chez Panera par exemple, ils font des essais pendant trois mois sur 100 restaurants, demandent éventuellement des modifications et ensuite c'est bon. Aux États-Unis, ils sont ouverts à la nouveauté et prennent le temps de voir ce qui plaît le plus aux clients." Gérard Berthelon ajoute : "Le prix est moins important ici et, dans le même temps, les techniques sont plus sophistiquées. Il y a une machine, mélange de grill et de micro-ondes qui sort le sandwich chaud en quarante-cinq secondes. C'est impressionnant."

À force de conseiller ses clients et de participer à la mise au point de nouveaux concepts, on finit fatalement par avoir envie d'aller plus loin. C'est avec le Groupe Le Duff, que Stanislas Vilgrain va mettre le doigt dans l'engrenage. Le groupe fondé par Louis Le Duff dispose depuis plusieurs années d'un restaurant - du nom de Breadline - à Washington. L'année dernière, les deux groupes se sont unis à 50/50 pour développer un concept



La nouveauté 2011 : les plats créatifs à assembler selon ses goûts.



Au restaurant Breadline, les clients voient le fournil et tout l'équipement servant à faire le pain sur place.

ayant vocation à devenir un modèle à dupliquer. Aujourd'hui, Breadline vend entre 600 et 800 sandwiches par jour, chauds ou froids. Le pain est réalisé sur place, à la vue du client. La garniture est signée Cuisine Solutions. Cinq sortes de pains sont vendues, avec un total de 25 combinaisons, à 8,50 € en moyenne pour un sandwich et une boisson. Des soupes et des salades sont aussi au menu, sous la responsabilité de Bruno Bertin, directeur culinaire et gérant, longtemps en poste dans la gastronomie, notamment chez Daniel Boulud à New York. Qualité, maîtrise du produit et des coûts (14 salariés), rapidité du service... Breadline, qui ferme à 16 heures, est une formule qui plaît.

Ce premier pari gagné, Stanislas Vilgrain va continuer à développer des concepts utilisant des nouvelles techniques d'assemblage via la nouvelle holding Révolution restaurants LCC. Son credo : l'investissement initial doit représenter 1/10<sup>e</sup> du montant des ventes annuelles. Par exemple, avec un investissement de 150 000 \$ (103 600 €), vous devez pouvoir réaliser 1,5 million de ventes sur un an. L'équilibre, c'est : 1/3 dans la cuisine, 1/3 pour les produits, 1/3 dans les salaires. Le retour sur investissement est ultra rapide. Le prochain concept devrait ouvrir ses portes en août prochain à Washington. Dans l'assiette, des meatballs, sorte de boulettes de viande très appréciées des Américains. Avec toujours le même principe : des bases d'assemblage cuites sous-vide. L'enseigne devrait porter le nom culotté de 'We've got balls'.

Nadine Lemoine

## Les nouveautés

- Les palets créatifs : 14 références salées (4 croustillants, 3 viandes, 3 poissons, 4 légumes) que l'on peut superposer pour réaliser rapidement entrée ou plat à consommer froid ou chaud. Croustillant aux lentilles du Puy, effiloché à la joue de bœuf, émietté de crabe et de colin lieu aux tomates aromatisées, tartare de fenouil et poivrons...
- Les ribs de bœuf : plat de côte de bœuf avec 3 os.
- Les desserts : sabayon pistache, sabayon liqueur d'orange, sabayon crème de nougat.

## POUR FAVORISER LEUR MAINTIEN DANS L'EMPLOI

### Elior renforce sa politique à l'égard des personnes en situation de handicap

Le groupe Elior a signé une convention avec l'Agefiph pour l'insertion et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap sur le périmètre de ses activités de restauration collective en entreprise et dans l'administration.

La collaboration entre Elior et l'Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées (Agefiph) se traduit par 3 grands objectifs : mettre en place des actions de sensibilisation et de communication interne afin de faire évoluer les représentations autour du handicap, favoriser le recrutement et le maintien dans l'emploi des collaborateurs en situation de handicap, et enfin développer la formation et la promotion afin de sécuriser leurs parcours professionnels et accompagner le déroulement de leurs carrières.

### 90 embauches prévues sur deux ans

Les sociétés de restauration collective en entreprise d'Elior ont pour objectif d'embaucher 90 personnes en situation de handicap sur deux ans dont 20 jeunes en contrat d'alternance. Depuis la signature de sa convention en 2008, la branche de restauration collective en enseignement a déjà dépassé le taux d'emploi moyen des travailleurs handicapés fixé à 6%. Elle a renouvelé son partenariat en 2010, avec pour objectif d'atteindre les 7% de taux d'emploi en 2012. Sur le périmètre de la concession, la signature de la convention a été étendue à l'ensemble des établissements et des salariés en 2010. Au total, Elior emploie près de 1 700 travailleurs handicapés en Europe.



Veau mariné à l'olive noire, oignon confit.

La cuisine est basée sur le végétal. "Les plantes, les herbes, les fleurs, cela me passionne, s'enflamme le chef. Ce n'est pas un hasard si j'ai voulu aller chez Alain Passard, puis Marc Veyrat. J'ai beaucoup étudié et je continue."

À la carte, le client découvre les produits travaillés pour ce repas. Œuf, lotte, cabillaud, pigeon... David Toutain peut changer la façon de cuisiner le produit voire le faire disparaître au service suivant. Une gestion des coûts et des pertes au cordeau qui implique beaucoup plus de travail en amont, quotidiennement, au moment des commandes. Au déjeuner : formules à 39 € (3 plats), 51 € (4 plats) et 65 € (carte blanche). Au dîner : 51 € (4 plats), 78 € (5 plats) et 99 € (carte blanche). La carte des vins, sur iPad 2, propose une majorité de



vins naturels. Côté personnel, ils sont 4 en cuisine et 2 en salle dont un sommelier. Le restaurant est ouvert du mardi au samedi, midi et soir. "Cinq jours de concentration", souligne David Toutain, d'autant plus concentré que son équipe est toute nouvelle. Les consignes se passent en toute discrétion. Le chef, habillé de noir, pince chirurgicale à la main, compose ses assiettes. Les premiers clients sont là.

N. L.

**AGAPÉ SUBSTANCE**  
66 RUE MAZARINE • 75006 PARIS  
TÉL. : 01 43 29 33 83  
[WWW.AGAPESUBSTANCE.COM](http://WWW.AGAPESUBSTANCE.COM)

À l'autre bout de la table, la cuisine.

26 places assises dont 20 sur la longue table centrale.



## COUP D'ŒIL ET DE FOURCHETTE • PAR CAROLINE MIGNOT

## LES NOUVEAUX LIEUX DE CHEF À PARIS

Chefs présents et bien visibles, cuisine singulière et décors conçus de toutes pièces pour l'ouverture, de nouveaux restaurants à Paris font preuve d'initiative et de créativité.



Il y a quelques semaines, j'évoquais le succès toujours aussi florissant des nouveaux bistrots à Paris, qu'ils soient bourrés de convivialité ou un brin sophistiqués. Parallèlement, des restaurants visant des décors singuliers et des cuisines personnelles montrent des vellétés de création et font souffler un agréable vent de fraîcheur.

Il y a ceux dont le restaurant porte le nom, comme **Frédéric Simonin** (Paris, XVII<sup>e</sup>), **Jean-François Piège** (Paris, VII<sup>e</sup>), tous deux fraîchement étoilés, ou **Akrame**

**Benallal** (Paris, XVI<sup>e</sup>) qui a ouvert son restaurant début avril. Dans le cadre de ces créations, les chefs ont fait appel à des designers complices de leur travail. Le décor contemporain signé **India Mahdavi** chez Jean-François Piège se fait, par exemple, incroyablement cosy... Une ambiance de salle à manger règne au restaurant de l'Hôtel Thoumieux, avec sa moquette épaisse, ses fauteuils confortables et ses immenses banquettes dans lesquelles on peut s'enfoncer sitôt la 'règle du jeu' (le nom du menu) terminée. À partir du menu daté du jour, le client doit choisir entre plusieurs ingrédients, ceux qui lui font envie ; au serveur ensuite de lui expliquer quelle est la manière dont le chef les prépare.

Chez **Akrame Benallal**, promu Grand de demain par le guide *GaultMillau* 2011 et lauréat Gastronomades Cognac de la révélation culinaire, le décor aux teintes grises et feutrées vise la sobriété et la discrétion. Ce n'est que pour mieux mettre en valeur sa cuisine pleine de peps et de couleurs. Le chef propose différentes formules allant du menu du marché au menu dégustation à 6 plats. Quel que soit leur choix, les clients découvrent au fur et à mesure

la composition du repas. Le chef est sans cesse dans l'improvisation, et il adore ça. Dans les ouvertures remarquées, il y a aussi celui dont le nom prête à sourire, choisi en référence au personnage incarné par **Louis de Funès** dans le film *Le Grand Restaurant*. **Septime** (Paris, XI<sup>e</sup>) a ouvert sous la houlette du chef **Bertrand Grébaut** (anciennement **Agapé**, Paris, XVII<sup>e</sup>). Avec ses chaises aux lignes scandinaves, ses tables en bois brut, son sol noir et ses murs aux teintes naturelles, le décor ne peut être affilié ni au genre bis-

trotier ni au gastro. Ce lieu atypique ne semble pas étranger à l'air du temps et à ses influences nordiques. Les formules déjeuner sont très attractives et la cuisine sonnante très végétale attire les foules.

## La cuisine ouverte sur la salle

Chez Jean-François Piège, **Akrame** et **Septime**, une installation est commune à tous : l'ouverture de la cuisine sur la salle. C'est à croire que les gestes et l'ambiance d'une cuisine professionnelle auront donc de moins en moins de secrets pour les clients. Mais cela montre aussi et surtout chez les chefs une volonté de transparence et une curiosité réciproque avec la clientèle. Finalement, les chefs ont aussi envie de partager un peu de ce moment en salle. Séparée par une baie vitrée chez **Jean-François Piège**, elle laisse quand même libre cours aux regards des clients. Chez **Akrame Benallal** et **Bertrand Grébaut**, la cuisine n'est qu'à quelques centimètres des tables les plus proches. Des odeurs ? Non, les extractions sont suffisamment performantes. Des nuisances ? Non, pas un bruit plus haut que l'autre, il semble que les chefs managent leur équipe avec calme et rigueur.



La salle du Septime de Bertrand Grébaut.

## AUX FOURNEAUX DU PAVILLON DEPUIS VINGT ET UN ANS

## William Elliot : "Mon rêve, supprimer la carte"

**Le Touquet-Paris-Plage (62)** Avec la belle saison, le restaurant gastronomique de l'hôtel Westminster a rouvert ses portes. Pendant l'hiver, son chef n'a pas chômé. Il en a profité pour peaufiner de nouveaux plats.

Il a des allures de paquebot, amarré à l'entrée du Touquet-Paris-Plage (62). Le Westminster est un fleuron de l'hôtellerie, mais aussi de la gastronomie avec son restaurant étoilé. Si l'hôtel est ouvert toute l'année, le Pavillon ferme ses portes début janvier et rouvre début avril. Une période de transition pour son chef **William Elliot**. "Cela permet de faire retomber la pression. Mais au bout de deux mois, l'excitation revient", explique-t-il. Il se remet alors aux fourneaux et crée de nouveaux plats, comme ce bar de ligne associé à l'huître Gillardeau. "Nous n'avons pas de plat phare ou signature. Je ne veux pas rester dans un créneau. C'est lassant d'avoir toujours la même ligne dans sa cuisine, commente-t-il. À l'extrême, je rêve de supprimer la carte et de faire chaque jour quelque chose de nouveau avec ce que je rapporte du marché." Le menu 'cuisine et vins', imaginé avec le sommelier, donne déjà une belle idée de la créativité de l'équipe du Pavillon, que le chef aime laisser s'exprimer.



William Elliot démarre la belle saison avec une nouvelle carte.

passage une étoile. Formé à l'Hôtel Royal de Deauville, il est rompu à l'art de la cuisine de palace et applique à la lettre sa règle d'or : ne rien refuser aux clients. "Certains passent ici deux mois et ne regardent jamais la carte. Mais si quelqu'un demande un gros turbot ou un cassoulet, il faut savoir le satisfaire." Cela ne l'empêche pas de sortir d'un certain formalisme inhérent à ce type d'établissement. Ainsi s'applique-t-il à choisir une vaisselle inventive puisée chez des jeunes créatrices, en adéquation avec ses plats. Ses voyages sont une autre source d'inspiration : la Thaïlande et ses épices, le Maroc et son

huile d'argan qui souligne justement ce bar à la carte. Associé avec **Alexandre Gauthier**, ce chef hyperactif a aussi un pied dans une belle rôtisserie de Montreuil-sur-Mer. Et vient de signer la carte de la toute nouvelle terrasse du Westminster, histoire de bien occuper l'été.

Marie-Laure Fréchet

## LE PAVILLON WESTMINSTER

AVENUE DU VERGER  
62520 LE TOUQUET  
TÉL. : 03 21 06 70 48

WWW.WESTMINSTER.FR/LE-PAVILLON



Retrouvez la recette du chef : Bar, courgette, huîtres Gillardeau, huile d'argan, coriandre en tapant le mot-clé **RTR915222** sur [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

## EN PROVENANCE D'AMAZONIE

## Le paiche arrive en France

Considéré comme le roi d'Amazonie, ce poisson d'eau douce à chair blanche, disponible depuis peu à l'exportation, ne devrait pas tarder à s'inviter sur les grandes tables gastronomiques françaises.

Poisson d'eau douce qui grandit dans la forêt tropicale du Pérou, le paiche (ou arapaima, voire amazonian cod)



est un poisson réputé pour son goût subtil. Comparé à des espèces comme le black cod ou le saint-pierre sous d'autres latitudes, ce poisson, le plus grand poisson osseux d'eau douce (jusqu'à 3 m de long), est apprécié en Amérique du Sud pour sa texture à la fois ferme et fondante qui se prête aussi bien à des préparations crues que cuites, voire à la fumaison. Espèce rare et désormais protégée par le Cites (Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages), l'exportation du paiche n'a été rendue possible que depuis le développement de son élevage, ce qui a également permis sa préservation.

Amazonie, société péruvienne spécialisée dans l'aquaculture, assure son élevage dans des bassins installés au cœur du Pérou, dans des conditions au plus près de l'état sauvage et dans le plus grand respect de la nature (alimentation maîtrisée avec une distribution manuelle des aliments provenant de produits d'origine marine issus de pêcheries durables, absence d'antibiotiques, respect du bien-être du poisson avec une faible densité dans les bassins, traitement biologique de l'eau...).

Sa chair blanche au goût délicat a déjà conquis de grands chefs comme **Nobu Matsushima**. En France, la maison Petrossian à Paris est pour l'instant la seule à travailler cette espèce qu'elle propose fumée. Importé en France par le groupe Adrien, qui dispose d'une filiale au Pérou, ce produit d'exception se présente sous forme de filets surgelés. Il ne devrait plus tarder à faire son apparition dans la restauration haut de gamme française.

Julie Gerbet

## Du palace à la terrasse

Il illustre aussi parfaitement le parcours de cet enfant du pays. Malgré un changement de direction au cours des vingt et une années qu'il a passées dans l'établissement, William Elliot a toujours eu carte blanche pour diriger les cuisines du Westminster, que ce soit celle du restaurant brasserie de l'hôtel, les Cimaises, ou celle du Pavillon, décrochant au

Pour en savoir plus : [laurent.chopin@adrien.fr](mailto:laurent.chopin@adrien.fr) / 02 40 05 25 11



DANS LA CONTINUITÉ D'UN BON PRINTEMPS

# L'UMIH AFFICHE SON OPTIMISME POUR LA SAISON ESTIVALE

L'enquête réalisée par l'Umih auprès de ses 102 bureaux donne un bon aperçu du début de la saison estivale. Dans l'ensemble, les prévisions sont encourageantes.

## Paca-Corse

Malgré l'absence de ponts, la région a enregistré une légère hausse de fréquentation pour les mois d'avril et de mai, due essentiellement à une augmentation de la présence des touristes étrangers. Sur la Côte d'Azur, la tendance est globalement positive et l'été 2011 devrait être meilleur que le précédent. Les premiers chiffres de réservations indiquent une augmentation de 3 à 7 % environ. Dans le Var, les taux d'occupation sont supérieurs à 2010 d'environ 10 %. Les professionnels notent une augmentation des réservations familiales et doivent donc s'adapter à cette clientèle particulière. Dans les Alpes-de-Haute-Provence, la fréquentation est stable par rapport à 2010. La saison estivale s'annonce en hausse d'environ 5 %. Dans le Vaucluse, les carnets de réservations permettent d'envisager une progression de la fréquentation à hauteur de 15 % sur la période allant du 15 juillet au 15 août, avec une augmentation de la clientèle étrangère. Alors que les hôteliers sont satisfaits des premières estimations pour la saison estivale, les restaurateurs restent réservés sur la capacité du pouvoir d'achat de la clientèle française, les effets de la crise se faisant toujours sentir. En Corse, la situation est très différente. Les professionnels sont très pessimistes sur la saison. L'absence de long week-end au mois de mai n'a pas favorisé le tourisme de l'île de Beauté. Les chiffres des professionnels font apparaître une baisse de 20 à 30 % par rapport à 2010. Les prévisions pour juillet et août sont identiques, pour le moment, à 2010.

## Rhône-Alpes

Les massifs alpins n'ont pas connu une saison touristique formidable. Les prévisions pour l'été ne sont, pour le moment, pas aussi enthousiastes que pour le reste du pays. Les professionnels estiment les taux de réservation équivalents à l'année passée, sans hausse importante. Mais le phénomène des réservations tardives peut changer les prévisions.

## Bretagne

En Bretagne, la saison démarre plutôt bien. La météo clémente à Pâques a permis une bonne saison printanière. Dans le Finistère, les professionnels se disent globalement satisfaits à plus de 56 % par les mois d'avril et de mai. Pour juillet et août, les réservations sont en augmentation par rapport à 2010. Dans le Morbihan, les réservations sont en avance et en hausse de près de 15 %. Les professionnels restent tout de même réservés car les clients se décident de plus en plus tardivement, en fonction de la météo. Le printemps fut également très bon dans les Côtes d'Armor où les taux de fréquentation dépassent d'environ 10 % ceux de l'année passée. L'afflux de touristes s'est essentiellement concentré sur les côtes. Les prévisions pour l'été sont également en hausse.

## Normandie

L'absence de long week-end au mois de mai semble avoir pénalisé la Normandie, où les taux de fréquentation sont à peu près identiques à ceux de 2010. Les professionnels ont beaucoup



En Paca (ici, à Cannes), on s'attend à une augmentation de 3 à 7 % des réservations par rapport à l'année dernière.

de mal à évaluer les chiffres de la saison estivale car la majorité des réservations s'effectue au dernier moment. Une augmentation d'environ 5 % est envisagée. La clientèle anglaise, très présente les années précédentes et ayant l'habitude de réserver à l'avance, semble délaissier la région cette année.

## Ouest

En 2010, la Vendée a connu les ravages de la tempête Xynthia. Les touristes avaient alors boudé la région meurtrie. Cette année, ils sont de retour et les taux de fréquentation pour le printemps laissent envisager une bonne saison estivale. Les professionnels sont satisfaits des premiers chiffres qui font apparaître une augmentation de l'ordre de 10 à 15 % sur la côte. En Charente-Maritime, le bilan du week-end de Pâques est on ne peut plus positif. Plusieurs facteurs ont permis une bonne fréquentation touristique : des prévisions météorologiques clémentes, un week-end pascal positionné en avril, et non en mars comme en 2010. La clientèle de ces congés de printemps était majoritairement française, en provenance des régions limitrophes. Les professionnels ont observé de nombreuses réservations de dernière minute, encouragées par le beau temps. L'Aquitaine bénéficie également des effets positifs du beau temps. La fréquentation est en hausse aux mois d'avril et de mai de 15 à 20 %. Le littoral profite de manière plus importante de cette fréquentation que l'intérieur des terres. La clientèle étrangère, principalement espagnole, est bien présente, surtout sur le littoral et à Bordeaux. 57 % des hôteliers estiment la fréquentation bonne voire très bonne en ce début de saison. L'optimisme est plutôt de rigueur dans la région. 78 % des professionnels aquitains

estiment leur taux de réservation équivalent ou supérieur à 2010. Malgré tout, dans l'intérieur des terres, les professionnels ne sont pas encore complètement rassurés. La clientèle touristique réservant au dernier moment étant de plus en plus importante, il est parfois très difficile de faire des prévisions.

## Paris

La météo clémente remplit les terrasses parisiennes. La capitale attire toujours davantage quand il fait beau. La hausse de fréquentation est de l'ordre de 15 % pour les mois d'avril et de mai. En ce qui concerne les prévisions pour cet été, elles sont également en hausse entre 10 et 15 %. Il est à noter que le Ramadan aura lieu au mois d'août, ce qui privera la capitale d'une importante clientèle des pays du Golfe.

## Franche-Comté

Le printemps est supérieur à 2010 d'environ 10 %. La météo clémente attire les randonneurs et les taux d'occupation sont plutôt bons. Les prévisions pour l'été s'annoncent sous les meilleurs auspices. Les professionnels enregistrent d'ores et déjà un taux de réservation de l'ordre de 5 à 7 %.

## Champagne-Ardenne

Les week-ends courts des mois d'avril et de mai ont profité à la région qui affiche un taux de fréquentation en hausse de 5 %. Les touristes venus des grandes villes à proximité ont profité de la région. Les prévisions pour la saison estivale sont également en hausse par rapport à 2010. Les professionnels se montrent optimistes pour la saison, surtout si la météo reste rivée au beau fixe.

## Nord-Pas-de-Calais

Le climat exceptionnel qui domine sur la côte d'Opale depuis le début du printemps a favorisé la venue des touristes. La clientèle domestique ainsi que les clientèles belges et britanniques ont profité des week-ends et des vacances de Pâques pour se rendre sur la Côte et découvrir la région. Lille a enregistré de très bons taux de fréquentation (+ 10 %). Mais l'absence de pont au mois de mai a desservi le secteur principalement sur la côte d'Opale. Les professionnels enregistrent une perte de chiffre d'affaires de l'ordre de 20 % et de - 10 points de taux d'occupation. Du côté des réservations pour la saison estivale, les professionnels envisagent une hausse d'environ 5 %.

## Île de la Réunion

Les prévisions de réservations pour la saison estivale sont en augmentation de près de 20 % par rapport à 2010. La Réunion semble profiter des contextes politiques difficiles de certains pays. Pour l'ensemble des professionnels des cafés, hôtels et restaurants, la saison estivale 2011 s'annonce prometteuse, mais encore incertaine en raison des réservations de dernière minute. Les restaurateurs et les cafetiers restent, malgré tout, inquiets de la stagnation du pouvoir d'achat des Français. Les effets de la crise subsistent et les Français demeurent inquiets pour l'avenir.

OUVERT FIN SEPTEMBRE 2010, L'HÔTEL DISPOSE DE 142 CLÉS

## Une cinquième étoile pour l'hôtel Barrière-Lille

Lille (59) Huit mois après son ouverture, en octobre dernier, le dernier fleuron du groupe Barrière a obtenu le classement qu'il convoitait. Une cinquième étoile qui confirme un art de recevoir le client.

C'est une vue aérienne qui dévoile le mieux l'architecture de ce nouveau complexe. L'architecte **Jean-Paul Viguier** (Best Building Award 2003) a parfaitement exploité cette parcelle d'Euralille, troisième quartier d'affaires de France, en concevant un bâtiment de verre qui épouse sa forme triangulaire. Ses pointes symbolisent en quelque sorte l'offre triple de ce nouveau complexe Lucien Barrière : l'hébergement, la restauration (trois restaurants et quatre bars) et le loisir,



Conçu par l'architecte Jean-Paul Viguier, l'hôtel se présente comme un prisme de verre.



Patricia Legros, directrice du complexe, tire un bilan positif de cette première année d'exploitation.

avec un casino et une salle de spectacles. L'ensemble a nécessité un investissement de 110 M€, le plus important jamais réalisé par le groupe. Ouvert fin septembre 2010, l'hôtel dispose de 142 clés (125 chambres, 17 suites et junior suites). La décoration intérieure, jouant avec le bois, le cuir et le Corian®, a été confiée à l'architecte **Pierre-Yves Rochon**. Les salles de bain ont été particulièrement soignées. L'offre est complétée par un espace séminaire de 800 m<sup>2</sup>, dont un 'board-room' entièrement équipé. Sa grande accessibilité, grâce à la proximité

des gares et des accès aux autoroutes, est un atout pour la clientèle d'affaires. "Tout est fait pour faciliter la vie du client", résume **Patricia Legros**, directrice générale du site, qui a dédié une équipe à l'accueil des groupes.

### Un effet de marque

Mais l'objectif demeure d'équilibrer la clientèle individuelle et celle de groupes, et de faire vivre l'hôtel le week-end. La clientèle Lucien Barrière (13 % des individuels) est déjà au rendez-vous. Patricia Legros compte d'ailleurs sur l'effet de marque. "Il y a dans les hôtels du groupe un véritable art de recevoir, insiste-t-elle. La technique, c'est bien, mais sans générosité, cela ne fonctionne pas." La directrice entend bien faire passer le message aux 300 salariés du complexe. "C'est important de gérer l'ensemble, explique-t-elle, pour qu'il y ait une cohérence dans le service." Pour mettre tout le monde au diapason, elle peut compter sur une équipe d'encadrement venant à 80 % du groupe Barrière. "Cette cinquième étoile récompense tous ceux qui ont travaillé sur le projet", résume la directrice, qui espère confirmer la position de son hôtel en 2012. L'ouverture d'un spa en septembre devrait y contribuer. **Marie-Laure Fréchet**

### HÔTEL BARRIÈRE

777 PONT DE FLANDRES  
59777 LILLE  
TÉL. : 03 28 14 45 00  
[WWW.LUCIENBARRIERE.COM](http://WWW.LUCIENBARRIERE.COM)

### DANS UN ÉTABLISSEMENT EN PLEINE MUTATION

## Pierre Bord devient le nouveau directeur général du Negresco

Nice (06) L'homme a pris ses fonctions le 1<sup>er</sup> juillet. Il succède à Nicole Spitz qui reste active au sein du conseil d'administration de l'établissement.

Nicole Spitz a passé la main après quarante-six ans de collaboration au sein de l'établissement niçois de **Jeanne Augier**. Son successeur, **Pierre Bord**, ne lui est pas inconnu. Les deux professionnels ont fréquenté la même école hôtelière, à Strasbourg, alors dirigée par **Joseph Koscher**. Amenés par la suite à se croiser à plusieurs reprises dans le cadre du travail, ils s'apprécient et cultivent aujourd'hui "la même fidélité en amitié".

Pierre Bord a fait ses débuts sous la bannière des Relais & Châteaux et du groupe Concorde. En 1989, il prend à Nice son premier poste de directeur à l'Hôtel Beau Rivage, tout juste refait. "Jamais je n'aurais imaginé y revenir vingt ans plus tard pour diriger le Negresco". De belles étapes



"J'ai à mon actif le bénéfice d'une triple expérience : celle du groupe, celle du CAC 40 et celle de l'entreprise familiale, estime Pierre Bord.

dans l'hôtellerie de luxe ont ensuite jalonné son parcours directorial : les hôtels Regent à Strasbourg (deux établissements 4 étoiles et un 3 étoiles), l'hôtel Le Richemond à Genève, l'Hôtel de Paris à Monaco, l'Hôtel Royal (groupe Danone) à Évian-les-Bains (74). "J'ai à mon actif le bénéfice

d'une triple expérience : celle du groupe, celle du CAC 40 et celle de l'entreprise familiale. Ce ne sera pas de trop pour le Negresco", résume-t-il.

### Un "nouveau visage"

Pierre Bord a vite compris les enjeux. Institution connue du monde entier, bientôt bicentenaire, le Negresco est en pleine mutation. Les grands travaux entrepris l'an dernier ont permis de le faire entrer dans la cour des grands mais ce n'est qu'un début. Il faut poursuivre et pérenniser l'œuvre, en prenant soin de ne pas la dénaturer. "Le Negresco est un hôtel-couture, atypique, où se perpétue l'art de vivre à la française, cher à Madame Augier et il doit le rester. Notre défi est de faire connaître son nouveau visage", affirme-t-il.

Anne Sallé

[WWW.HOTEL-NEGRESKO-NICE.COM](http://WWW.HOTEL-NEGRESKO-NICE.COM)

### "IL FAUT SE SERRER LES COUDES"

## Un nouveau président pour l'AICR Côte d'Azur

Giuseppe Cosmaï succède à Jean-Jacques Poulet à la tête de l'antenne azurienne de l'Association internationale des chefs de réception.

À l'heure de passer le flambeau à la tête de l'Association internationale des chefs de réception

(AICR) Côte d'Azur, **Jean-Jacques Poulet**, qui officie au Grand Hôtel Saint-Jean-Cap-Ferrat, n'a pas manqué de rappeler que l'antenne niçoise de l'AICR a été le berceau de l'association, bien avant Paris. "Vu le contexte économique, il faut se serrer les coudes, défendre et professionnaliser le métier", justifie-t-il. Après six ans à la présidence de l'association, l'homme passe aujourd'hui la main. Son successeur n'est autre que **Giuseppe Cosmaï**, récemment promu au poste de directeur général du Mas Candille à Mougins. "Chacun vit l'amicale à sa façon, estimait le nouveau président. Mais c'est avant tout un ensemble d'experts de l'accueil unis pour aller vers le même but : partager, communiquer, écouter des personnes qui vivent les mêmes choses que nous." Élu à l'unanimité, il sera épaulé par un nouveau bureau composé de Jean-Jacques Poulet, qui devient vice-président, **Thierry Luce**, trésorier, **Stéphane Boronic**, webmaster, **Stéphane Cholvy**, coordinateur adhérents Côte d'Azur est, et **Céline Rizzo**, coordinatrice concours. Parmi les nouveaux venus : **Anthony Lutran** (Radisson Blu Hotel, Nice), coordinateur adhérents Côte d'Azur ouest, et **Georges Pradier**, secrétaire.



Le nouveau bureau de l'AICR.

A. S.

[WWW.AICR-COTEDAZUR.COM](http://WWW.AICR-COTEDAZUR.COM)



### LA BOURSE

Accor  
+ 9,20 % ↗

SBM  
+ 2,44 % ↗

Hôtels de Paris  
+ 0,24 % ↗

Club Med  
+ 4,09 % ↗

Groupe Partouche  
+ 4,92 % ↗

ENTRE LE 27-06 ET LE 4-07-11

## UN COUP DE GUEULE INTELLIGENT

# Pour contrer les intermédiaires, un hôtelier lance un site de réservation indépendant

Créé par un hôtelier nantais, [www.pro.reservationendirect.com](http://www.pro.reservationendirect.com) est à disposition de tous les professionnels désireux de s'affranchir des intermédiaires.

Confrères hôteliers, pour ne plus subir le diktat des intermédiaires, rejoignez le mouvement et valorisez la réservation en direct auprès de vos clients dans nos établissements !” C’est ce qui s’appelle un coup de gueule intelligent. Il est signé **Florent Cibert**, propriétaire de l’hôtel Pommeraye à Nantes (44). Modeste, il ajoute : “Je ne souhaite pas du tout me mettre en avant dans cette initiative. Il faut que les hôteliers s'approprient la démarche.” Son but est de “renverser la pression et ne plus subir les intermédiaires. Nous devons pouvoir décider des conditions et ne plus les subir. Nous sommes de plus en plus nombreux aujourd’hui à passer par des intermédiaires. Autrefois ces structures étaient intéressantes, elles permettaient de faire du remplissage sur certains jours avec des conditions à 10 %. Petit à petit, ces structures se sont regroupées jusqu’à former 2 ou 3 grands groupes qui deviennent incontournables. On ne peut plus décider du nombre de chambres, des jours... On en arrive à



“Nous avons nos clients sous la main, informons-les de ce qui se passe réellement” : tel est le message qu’entend délivrer **Florent Cibert**, propriétaire de l’hôtel Pommeraye à Nantes (44) avec son site [www.pro.reservationendirect.com](http://www.pro.reservationendirect.com).

leur donner notre marge, c’est inacceptable.”

## Des affiches, des flyers... à télécharger

[www.pro.reservationendirect.com](http://www.pro.reservationendirect.com) - et [www.reservationendirect.com](http://www.reservationendirect.com) pour le grand public - est un site (qui a sa page Facebook) de sensibilisation de la clientèle. “Nous avons nos clients sous la main, informons-les de ce qui se passe réellement. Qu’il nous reste des chambres lorsque les intermédiaires nous affichent complet !” Via le site pro, les hôteliers peuvent télécharger un PDF, des flyers, des dépliants... à poser dans les chambres afin d’alerter directement le client. “Si jamais l’idée se développe bien, ce serait formidable que [reservationendirect.com](http://reservationendirect.com) puisse accueillir de la réservation en ligne, directement gérée par les professionnels, avec un fonctionnement coopératif.” De nombreux clubs hôteliers sont déjà intéressés par la démarche.

Olivier Marie

[WWW.PRO.RESERVATIONENDIRECT.COM](http://WWW.PRO.RESERVATIONENDIRECT.COM)

## 12,1 MILLIONS DE FRANÇAIS ONT RÉSERVÉ VIA LA TOILE

# Un touriste français sur deux a choisi ses vacances en ligne en 2010

La conférence e-tourisme organisée par le cabinet Raffour Interactif, qui s’est tenue le 20 juin dernier à Paris, a livré une analyse pointue de la place d’internet dans le choix de vacances des Français. Ce nouveau baromètre en dresse les grandes tendances.

Pour les Français qui sont partis en vacances en 2010 (58 % contre 52 % en 2009), le choix de leur destination et de leur mode de congé est devenu totalement lié à internet. Cette évolution des comportements se manifeste à travers trois tendances principales relevées dans l’étude 2010 réalisée par le cabinet Raffour Interactif : la recherche du meilleur rapport qualité/prix, d’abord ; la nécessité, ensuite, de réserver de plus en plus tôt pour bénéficier des ‘bons plans’ ; enfin, l’achat direct.

En 2010, d’après les résultats de l’enquête, les Français ont privilégié les long séjours, option choisie par plus de la moitié d’entre eux. Parmi les critères retenus en ce qui concerne les séjours marchands - dont l’hôtellerie -, deux arrivent en tête : le budget et le climat. Une façon de dire que les Français regardent toujours vers le sud, en restant très proches de leur porte-monnaie. Viennent ensuite le dépaysement et la découverte, la qua-

lité des hébergements (d’où les très bons scores réalisés par les hôtels ayant effectué une rénovation au cours de ces deux dernières années), les paysages et la variété de choix en termes de loisirs.

## L’inéluctable ascension de l’internet mobile

Autre enseignement, le mode de décision des consommateurs - qu’il s’agisse de la recherche d’un séjour ou de la réservation d’un établissement - en 2010 est lui aussi de plus en plus lié à internet. Un Français sur deux partant en long séjour a, d’après l’étude, préparé son voyage en ligne. Ainsi, 12,1 millions de Français ont réservé en ligne alors qu’ils n’étaient que 2 millions en 2009. Des facteurs lourds de conséquence pour le marketing des établissements hôteliers, tant du côté des grands groupes que des indépendants isolés.

Pour les professionnels, l’influence des réseaux sociaux devient incontournable : ils doivent tenir davantage compte des

## Le choix des vacances des Français évolue

En 2010, le mode de décision est de plus en plus lié à internet

Les prestations de voyage les plus achetées sur internet



**1 Français** sur 2 qui part en long séjour a préparé son voyage en ligne.



**38 % des Français** partis ont réservé en ligne.

Trois tendances principales se dégagent :

- 1 la recherche du meilleur rapport qualité/prix ;
- 2 la nécessité de réserver de plus en plus tôt pour bénéficier des «bons plans» ;
- 3 l’achat direct.

Source : Conférence e-tourisme du cabinet Raffour Interactif

### Chiffres e-tourisme en 2009

37 %	Billets de train
28 %	Hôtellerie
24 %	Autres transports
23 %	Locations de vacances
17 %	Séjours en France
16 %	Séjours à l’étranger

© STÉPHANIE GOUTTE

avis qui y sont postés, et parfois même mettre en place des processus permettant d’y effectuer les transactions. Toute une communication demande à être mise en place, et il convient de recruter de nouveaux profils car l’actualisation des pages sur les réseaux sociaux doit se

faire en temps réel.

La progression de l’internet mobile est, elle aussi, inéluctable : sur 10 millions de personnes ayant accès à l’internet mobile en France, 19 % ont déjà utilisé leur téléphone pour préparer leur séjour de loisirs.

Évelyne de Bast

## LE GROUPE ÉTOFFE SA MARQUE À TENDANCE ARTISTIQUE

# Starwood Hotels & Resorts crée le Méridien Hub

L’enseigne améliore le concept de la marque Le Méridien en lançant Le Méridien Hub, espace d’échanges destiné à remplacer le lobby traditionnel.

Le Méridien, la marque de Starwood à tendance artistique, aime favoriser les espaces d’échanges. Cela a notamment été le cas avec la transformation des halls d’entrée des hôtels Méridien en ‘Arrival Experience’ (l’expérience de l’arrivée). Aujourd’hui, Le Méridien souhaite recréer l’esprit d’une agora grecque au travers de son Hub. La marque a en effet l’intention d’en faire un lieu de débats, d’échanges et de manifestations artistiques ouvert à diverses formes de créativité. C’est le souhait des membres du LM 100, une communauté multiculturelle et multigénérationnelle,

Le MERIDIEN  
ETOILE

Le Méridien souhaite recréer l’esprit d’une agora grecque au travers de son Hub.

rassemblée par **Jérôme Sans**, le conservateur en chef du Méridien.

La Hub Experience se traduit par l’aménagement de trois espaces :

• L’‘Arrival Experience’, concept qui doit permettre aux clients de sentir immédiatement l’atmosphère de l’hôtel : présentation de tableaux, fond musical unique...

• L’‘Interaction Zone’ se déploie par la création d’espaces favorisant le dialogue via, par exemple, la présence d’une bibliothèque présentant des livres de peinture, et d’autres sujets inhérents à la vie culturelle locale ;

• Le ‘Bar Latitude’ se transforme le soir en bar à vin et présente au choix différentes variétés de cafés, accompagnées d’un assortiment de plats ou de préparations, salées et sucrées, adaptées.

Premier à se lancer dans l’aventure de la Hub Experience, Le Méridien Barcelone, en Espagne, sera suivi par d’autres dans le monde.

É. de B.

À VERSER AU SALAIRE DE JUILLET

## N'oubliez pas la prime TVA

Le 1<sup>er</sup> juillet est la date anniversaire de l'application du taux réduit de TVA pour le secteur de la restauration. En contrepartie, les salariés bénéficient d'une prime TVA versée chaque année en juillet. Explications.

La prime TVA, dont bénéficient chaque année une majorité des salariés du secteur des CHR, est définie dans son principe et ses modalités par l'article 5 de l'avenant n° 6 du 15 décembre 2009.

### Quelles sont les entreprises redevables de la prime TVA ?

Toutes les entreprises relevant du champ d'application de la convention collective des CHR du 30 avril 1997 et de ses avenants sont concernées par le versement de cette prime. Concrètement, sont concernés les secteurs d'activités suivants : restaurants, cafétérias, hôtels avec restaurants, hôtels, débits de boissons, traiteurs et bowlings.

### Qui sont les salariés bénéficiaires de la prime TVA ?

Tous les salariés de l'entreprise, quel que soit leur contrat de travail - CDI, CDD, ou contrat d'alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) - bénéficient de cette prime, sous réserve qu'ils remplissent bien les deux conditions posées par l'accord du 15 décembre 2009. À l'exception des saisonniers qui obéissent à un régime particulier, pour avoir droit à cette prime, tous les salariés doivent avoir un an d'ancienneté à la date du versement de la prime, soit le 1<sup>er</sup> juillet 2011 pour cette année, et être présents dans l'entreprise le jour du versement de la prime. Ces deux conditions sont cumulatives.

### Comment apprécier l'ancienneté du salarié ?

Pour apprécier si le salarié respecte la condition d'un an d'ancienneté, il faut calculer, par rapport au 1<sup>er</sup> juillet 2011, à partir de la date d'embauche en tenant compte des absences assimilées à du temps de travail effectif, comme les accidents du travail, les congés maternité, les congés payés. En revanche les périodes qui ne sont pas assimilées à du temps de travail

effectif doivent être déduites (maladie, congés sabbatique...).

### Quel est le régime pour les saisonniers ?

Un salarié titulaire d'un contrat saisonnier peut bénéficier de la prime s'il justifie de 4 mois d'ancienneté dans la même entreprise, ou dès sa deuxième saison au sein du même établissement. Concrètement, un saisonnier titulaire d'un contrat de 4 mois bénéficie de la prime TVA mais prorata temporis à l'issue de son contrat, ou dès la fin de la seconde saison chez un même employeur. Et ce, même si son contrat est inférieur à 4 mois.

Par exemple : un saisonnier travaille trois mois pendant la saison d'hiver. Il n'aura pas droit à cette prime, car il ne remplit pas la condition d'un contrat minimum de 4 mois. Cet été, il revient dans la même entreprise, toujours pour un contrat de 3 mois. Cette fois, il bénéficiera de la prime au titre de la deuxième saison. Le montant sera calculé sur la base des salaires perçus pendant les trois mois d'été.

### Quel est le montant de la prime ?

Le montant de la prime TVA est égal à 2 % du salaire de base annuel dans la limite de certains plafonds fixés en fonction de l'activité de l'entreprise. Ce plafond tient compte du bénéfice de l'application du taux réduit pour l'entreprise.

Code Naf	Activité de l'entreprise	Coeff.	Plafonds
56.10A	Restaurant	100 %	500 €
56.10B	Cafétéria	100 %	500 €
55.10Z	Hôtel avec restaurant	50 %	250 €
55.10Zp	Hôtel	25 %	125 €
56.30Zp	Débit de boissons	25 %	125 €
56.21Z	Traiteur	25 %	125 €
93.11Z	Bowling	25 %	125 €

### Doit-on proratiser cette prime pour les temps partiels ?

Oui ! La prime et son plafond sont proratisés pour les salariés à temps partiel.

### Comment déterminer le salaire de base annuel ?

Le salaire de base annuel à prendre en compte est celui versé au salarié entre le 1<sup>er</sup> juillet 2010 et le 30 juin 2011. On peut regretter que les partenaires sociaux n'aient pas mieux défini cette notion de salaire de base. Car si cette expression est couramment utilisée pour désigner ce qui constitue 'le noyau dur du salaire', elle ne répond à aucune définition juridique précise. Il est vrai que l'article L.3221-3 du code du travail distingue le salaire de base de tous les autres avantages et accessoires payés.

À la lecture des différentes informations communiquées par les organisations patronales, il se dégage un consensus : le salaire de base comprend la durée contractuelle de travail multipliée par le

taux horaire et les majorations des heures supplémentaires. Par conséquent, ne sont pas pris en compte les heures supplémentaires ponctuelles qui ne sont pas prévues par le contrat de travail, ainsi que la valeur des avantages en nature nourriture ou logement.

### Que veut dire la notion de présence dans l'entreprise ?

La notion de présence dans l'entreprise, deuxième condition sine qua non pour obtenir le versement de la prime, manque elle aussi de précision et peut donner lieu à plusieurs interprétations.

**1<sup>re</sup> interprétation :** pour certains, la présence dans l'entreprise s'interprète comme 'appartenir aux effectifs de l'entreprise'. Ainsi, un salarié absent, quel qu'en soit le motif (maladie, maternité, congé sabbatique...), bien que non présent dans l'entreprise, fait toujours partie de ses effectifs et par conséquent ne perd pas son droit au versement de la prime.

**2<sup>e</sup> interprétation :** l'absence du salarié dont le contrat de travail est suspendu doit être assimilée à du travail effectif, comme les absences pour accident de travail, congé maternité, congés payés... Dans ce cas, le salarié, bien que non présent au moment du

versement, aura droit à la prime. Dans tous les cas, les absences non assimilées à du temps de travail effectif doivent être déduites du salaire de base.

### Comment calculer la prime pour un saisonnier ?

La prime d'un salarié saisonnier doit être calculée au prorata de la durée de son contrat de travail.

Exemple : un saisonnier fait une saison de 4 mois dans un restaurant avec un salaire de base de 1 400 € mensuel. Le montant de sa prime sera égal à  $1\,400 \text{ €} \times 2\% \times 4 \text{ mois} = 112 \text{ €}$ . Le plafond de la prime pour un restaurant ne joue pas dans ce cas ( $500 \times 4 \div 12 = 166,70 \text{ €}$ ).

Le montant de la prime doit être comparé au montant maximum de la prime (le plafond) qui doit être calculé en fonction de l'activité de l'entreprise. Ainsi, un salarié travaillant dans les mêmes conditions mais dans un hôtel ne bénéficiera que d'une prime de 28 € (soit  $1\,400 \times 2\% \times 4 \times 25\% = 28 \text{ €}$ ).

### Quand doit-on payer la prime ?

On retient la date du 1<sup>er</sup> juillet pour apprécier les droits des salariés. Elle doit être payée à l'échéance de la paie de juillet et figure donc sur la feuille de paie de ce mois.

### La prime est-elle soumise aux cotisations sociales ?

Oui, la prime est soumise à l'ensemble des cotisations et contributions sociales tant patronales que salariales. Elle ne bénéficie d'aucune exonération.

Pascale Carbillat

L'Hôtellerie Restauration

### 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 commerciaux - 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'Agrie 8 - Val de  
115, Avenue de la Gare  
06 370 Mougins-Saint-Jean

MdB Multimédia - Siège Social  
Espace Darcy - 38 rue Mozart  
92587 Clifcy Cedex

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

Toute l'information sur vos logiciels de gestion sur [www.mdb-multimedia.fr](http://www.mdb-multimedia.fr)

Taux horaire minimum conventionnel

9,10 €

Taux horaire Smic

9,00 €

Valeur du repas

3,36 €

Plafond Sécurité sociale

2 946 €

Indice du coût de la construction

1533

Révision : + 4,00 %  
Renouvellement : + 34,47 %  
(4<sup>e</sup> trimestre 2010)

Taux de chômage

9,7 %

(1<sup>er</sup> trimestre 2011)

**Une question ?** Allez sur  
les Blogs des Experts de Pascale Carbillet  
sur [www.ihotellerie-restauration.fr](http://www.ihotellerie-restauration.fr)

## Courrier des lecteurs & Blogs des Experts de Pascale Carbillet

### La durée du préavis à respecter pour démissionner

**Je viens d'envoyer ma lettre de démission par courrier recommandé à mon employeur. Dans cette lettre, je précise que je quitterai la société à l'issue d'un préavis de 15 jours, conformément à la convention collective des HCR. Mais mon employeur me dit que je dois effectuer un préavis de 1 mois. Pouvez-vous me confirmer que je peux bien partir dans 15 jours, car je prends mes fonctions dans un autre établissement ? J'ajoute que je suis depuis un an et demi dans cette société avec le statut d'employé au niveau III échelon 1. (C. C.)**

À la lecture des informations que vous donnez, votre préavis de démission est bien de 15 jours. Quant au préavis de 1 mois que votre employeur invoque, celui-ci concerne le préavis à respecter dans le cas d'un licenciement. Pour connaître la durée du préavis à respecter en cas de démission, il faut se référer à l'article 30.1 de la convention collective des CHR du 30 avril 1997. Elle est fixée en tenant compte non seulement du statut du salarié dans l'entreprise mais aussi de son ancienneté. Dans votre cas, en tant qu'employé ayant une ancienneté comprise entre 6 mois et 2 ans, la durée de votre préavis en cas de démission est fixée à 15 jours.

Pour mémoire, voici les durées de préavis à respecter en cas de démission, conformément à l'article 30.1 de la convention collective des CHR du 30 avril 1997 :

	6 mois	6 mois à - de 2 ans	+ de 2 ans
<b>Cadres</b>	1 mois	3 mois	3 mois
<b>Maîtrise</b>	15 jours	1 mois	2 mois
<b>Employés</b>	8 jours	15 jours	1 mois

Mais comme le rappelle aussi la convention collective, ces durées de préavis s'appliquent à défaut d'accord entre les parties. Ce qui veut dire que le salarié peut réduire la durée de son préavis à condition d'obtenir l'accord de son employeur. Sinon, il doit respecter ces durées minimales.

L'article précise que le salarié doit confirmer sa démission par lettre recommandée avec accusé de réception ou lettre remise en main propre contre décharge. Ce formalisme demandé par la convention collective ne

constitue pas une condition de validité de la démission mais un moyen de preuve qui va déterminer notamment le point de départ du préavis. Celui-ci débutera le jour où votre employeur aura eu connaissance de votre volonté de démissionner, donc le jour de la remise en main propre ou le jour de réception du courrier recommandé.

NB : La durée du préavis en cas de licenciement est fixée par l'article 30.2 de la convention collective. Les délais sont quasiment les mêmes pour une démission ou un licenciement, sauf pour les employés ayant au moins 6 mois d'ancienneté. En effet, un employé ayant une ancienneté comprise entre 6 mois et 2 ans bénéficie d'un préavis de 1 mois en cas de licenciement contre 15 jours en cas de démission. De même, un employé ayant plus de deux ans d'ancienneté bénéficie d'un préavis de 2 mois en cas de licenciement alors qu'il n'est redevable que d'un préavis de 1 mois en cas de démission.

► Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet : 'Droit du travail en CHR : tous les contrats de travail' sur [www.ihotellerie-restauration.fr](http://www.ihotellerie-restauration.fr)

### Les congés d'un apprenti mineur

**J'aimerais connaître les règles relatives aux congés payés pour un apprenti mineur et si j'ai l'obligation de lui accorder ses congés en même temps que ses parents ?**

M. L.

Comme le rappelle l'article L.6222-23 du code du travail, "l'apprenti bénéficie des dispositions applicables à l'ensemble des salariés dans la mesure où elles ne sont pas contraires à celles qui sont liées à sa situation de jeune travailleur en formation".

En conséquence, l'apprenti a droit, comme tout salarié, à des congés payés légaux ou conventionnels quand ils existent. En revanche, il ne bénéficie pas des congés scolaires. Il est donc soumis aux mêmes règles que tous les salariés en ce qui concerne les droits et attributions de congés payés.

L'apprenti a droit, conformément à l'article L.3141-3 du code du travail, aux congés légaux, soit deux jours et demi par mois de travail. Ce droit à congés s'apprécie pendant une période de référence qui démarre le 1<sup>er</sup> juin de l'année précédente et se termine au 31 mai de l'année en cours. De plus, l'article L.3164-9 du code du travail prévoit que les jeunes travailleurs et les apprentis âgés de moins de 21 ans au 30 avril de l'année précédente, et quelle que soit leur ancienneté dans l'entreprise, ont droit, s'ils le demandent, à un congé supplémentaire de 30 jours ouvrables mais non rémunérés.

Sans oublier le congé spécifique de 5 jours ouvrables dont bénéficient les apprentis pour préparer leurs examens (article L.6222-23 du code du travail). Ce congé donne droit au maintien du salaire de l'apprenti et doit être pris dans le mois qui précède les épreuves. Ce même article précise que ce congé de préparation aux examens vient s'ajouter aux congés payés légaux prévus par l'article L.3141-1 et au congé annuel pour les salariés de moins de 21 ans prévu par l'article L.3164-9. Un apprenti peut donc bénéficier, en plus des 30 jours de congés payés, de 30 jours de congés non rémunérés.

C'est l'employeur qui fixe la date des congés, à l'intérieur de la période de prise de congés comprise entre le 1<sup>er</sup> mai et le 31 octobre de chaque année. L'employeur, pour fixer cet ordre, doit prendre en compte la situation de famille des salariés, notamment la possibilité de congé du



© THINKSTOCK

conjoint, ou du partenaire lié par un pacte civil de solidarité, de leur ancienneté dans l'entreprise, ainsi qu'éventuellement l'exercice de leur activité chez un ou plusieurs autres employeurs (article L. 3141-14). Mais il ne s'agit que de simples recommandations, et le code du travail ne fixe aucune priorité dans ces critères. Seule exception, l'article L.3141-15 qui accorde un droit à congé simultané pour les conjoints et les partenaires liés par un pacte civil de solidarité qui travaillent dans une même entreprise.

En conséquence, rien dans les textes ne prévoit un droit pour l'apprenti mineur à prendre ses congés en même temps que ses parents. L'employeur peut prendre en considération la date des congés des parents de son apprenti à la condition que cela soit compatible avec l'organisation interne de son entreprise et que les dates des parents lui ont été données suffisamment tôt pour qu'il puisse en tenir compte.

► Une question ? Allez sur le Blog des Experts de Pascale Carbillet :  
'Droit du travail en CHR : tous les contrats de travail' sur  
[www.ihotellerie-restauration.fr](http://www.ihotellerie-restauration.fr)

**HYGISEAT** LE WC INTELLIGENT... SANS CONTACT MANUEL !

- Déclenchement par détection
- Rotation du siège : lavage, désinfection et séchage
- Chasse d'eau automatique
- Cycle de 12 secondes
- Existe au sol ou suspendu

Le BLANC, les COULEURS, l'INOX,  
le WC suspendu automatique d'après SUPRATECH, créateur fabricant

Tel. 02 47 92 23 31 - Fax. 02 47 92 84 71 - [info@autosanit.com](mailto:info@autosanit.com) - [www.autosanit.com](http://www.autosanit.com)

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

CONÇU 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](http://www.chroffice.com)  
Contactez-nous au 01 83 62 03 35

Office

Transformez  
votre véhicule  
en utilitaire  
réfrigéré

FRIGOFLEX  
RESTEZ ZEN ET FLEXIBLES

[www.frigoflex.com](http://www.frigoflex.com)  
+33(0)1 30 68 54 76

“CE QUE NOUS VOULONS, C'EST À LA FOIS ATTIRER LES JEUNES ET LES FIDÉLISER”

## Régis Marcon a remis son livre blanc sur l'alternance en restauration

Régis Marcon vient de remettre au ministre du Travail, Xavier Bertrand, et au secrétaire d'État au Tourisme, Frédéric Lefebvre, son livre blanc sur l'alternance dans la restauration. Son objectif était d'établir des conditions de mise en œuvre réalistes des 33 recommandations précédemment établies. Un plan stratégique accompagné de 9 actions clés.

En février 2010, Régis Marcon rendait au Gouvernement son rapport sur les moyens de développer l'alternance dans la restauration demandé par Hervé Novelli, alors secrétaire d'État au Tourisme, et Laurent Wauquiez, secrétaire d'État au Travail. 33 recommandations étaient établies. Mais il manquait à ce travail un plan d'action. La boucle est désormais bouclée. Le triple étoilé Michelin de Saint-Bonnet-Le-Froid (43) vient en effet de remettre à Xavier Bertrand, ministre du Travail, et à Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État au Tourisme, un livre blanc dont la quintessence est bel et bien de faire 'bouger les lignes'. Il s'articule autour de 9 leviers. Le premier se concentre sur l'information. Des relations nouvelles doivent s'instaurer. Dans la boîte à outil, le réseau des Ambassadeurs des métiers, à partir duquel il est possible de mobiliser et de construire des partenariats locaux, notamment avec les conseillers d'orientation. “Il existe aussi un flux spécifique de jeunes en rupture scolaire ou en réorientation. Quel que soit le parcours initial, 180 000 élèves sortent du système scolaire sans aucun diplôme en poche, des



Régis Marcon (à gauche) lors de la présentation du livre blanc. À ses côtés, deux membres des commissions qui ont planché sur ce travail : Sophie Huberson et Lorenzo Dri.

décrocheurs pour qui les métiers de la restauration peuvent constituer d'extraordinaires vecteurs d'intégration. Inventorier les intermédiaires et les lieux susceptibles d'être des relais d'information vers ces publics est l'une des premières actions à lancer.” Alors que la cuisine bénéficie d'une audience médiatique, les métiers de salle souffrent. “Dans la sommellerie, il y a des produits à découvrir, des vigneron à rencontrer. Je voudrais que le serveur devienne à son tour un expert du goût. Qu'il prenne autant de plaisir à servir qu'un cuisinier à préparer une recette. Il faut trouver des leaders et montrer ces emplois sous un angle différent. À Nîmes et Strasbourg, il existe des cours de théâtralisation du service. Nous devons dévelop-

per ce type d'initiative”, estime Régis Marcon.

L'homme pointe aussi du doigt la nécessité de rapprocher le monde enseignant du monde professionnel. “Faute de maîtrise des bases essentielles indispensables, beaucoup de jeunes apprentis perdent confiance. Ce n'est pas le travail qui forme mais l'entreprise. Face à la diversité des publics accueillis et aux nouvelles exigences en matière de formation, un système prônant le tout disciplinaire n'est aujourd'hui ni assez flexible ni suffisamment réactif.” Solution proposée : une formation basée sur les compétences et l'individualisation des parcours en adaptant les rythmes d'alternance en lycée, CFA et établissements privés de

formation aux besoins et capacités d'apprentissage des bénéficiaires.

### Formation des maîtres d'apprentissage, labellisation des centres et des entreprises

Autre démarche clé : la formation et la certification des formateurs. “Pourquoi ne pas créer un concours qui permettrait de saluer le meilleur maître d'apprentissage de l'année ?”, suggère encore Régis Marcon. La labellisation des entreprises et des centres de formation entre dans la panoplie des obligations. “Ce que nous voulons, c'est à la fois attirer les jeunes et les fidéliser. Or, l'encadrement en entreprise pêche. On prend les apprentis et les stagiaires pour des petites mains et il faut que cela cesse. On doit accompagner les jeunes”, insiste Régis Marcon. Prochaine étape : la diffusion, à la rentrée, de ce livre blanc auprès de tous les acteurs potentiels. “Chaque structure devra alors se positionner pour indiquer dans quelle mesure elle est en capacité d'adhérer, de développer ou de porter un ou plusieurs objectifs. Une fois cet inventaire terminé, une programmation opérationnelle des actions sera réalisée pour un déploiement sur quatre ans.” Sylvie Soubes

“NOUS AVONS DE PLUS EN PLUS DE JEUNES QUI VIENNENT DE FILIÈRES GÉNÉRALES”

## Groupe Fim : être au plus proche des élèves et du monde du travail

Agneaux (50) L'institut de formation des chambres de commerce et d'industrie de la Manche poursuit ses passerelles entre équipes pédagogiques et entreprises en développant les partenariats.

Une convention de partenariat en faveur de l'alternance a été signée par le groupe Fim (institut de formation des chambres de commerce et d'industrie de la Manche) avec Brit Hôtel Développement. Il s'agit de mettre en relation les jeunes et les entreprises mais aussi d'installer des échanges entre les équipes pédagogiques et les professionnels sur l'évolution des technologies. Les premiers élèves concernés seront les BTS option mercatique et gestion. Mais la centaine d'établissements que compte l'enseigne ouvrent d'autres possibilités, sachant que la plupart des hôtels ont un restaurant et que le réseau s'intensifie dans le Grand Ouest. Des passerelles pour l'emploi qui confirment la volonté de l'institut d'Agneaux (50) d'être au plus proche des élèves et du monde du travail. Le centre enregistre un taux de réussite aux examens de l'ordre de 80 % et atteint même 100 % généralement au bac pro.

### “Toute l'étendue de la filière”

La donne va-t-elle changer avec le bac pro en trois ans ? “Nous l'ouvrons à la rentrée et il faudra attendre 2014 pour connaître la réponse”, sourit Jean-Pierre Lesage, directeur de la filière qui voit dans le bac pro commercialisation et service en restauration une opportunité pour valoriser



Le jour de la signature entre Brit Hôtel et le centre d'Agneaux. De g. à d. : David Merlière, directeur commercial Brit, Eric Cauvin (Fim), Christian Boellinger (directeur groupe Fim), Florian Ricordel (Brit), Anne Chevreil-Leroux (responsable du site d'Agneaux), Jean-Pierre Lesage et Fabien Trombetta (Brit).

les métiers de la salle. L'homme est un ancien maître d'hôtel, il est délégué régional de la coupe Georges Baptiste et a souvent coaché des candidats aux Olympiades des métiers service en salle. “Autant il est aisé d'évaluer le travail d'un cuisinier, autant c'est difficile pour le service. La salle, c'est un savoir être. Je suis assez confiant dans le référentiel. La commercialisation redonne du corps et du contenu à cette voie”, estime Jean-Pierre Lesage, qui pointe aussi du doigt des entrants davantage motivés. “Nous avons de plus en plus de jeunes qui viennent de filières générales et pour qui notre secteur vient compléter leur cursus. J'ai en tête une jeune fille qui était d'un niveau ingénieur

et qui a voulu faire un bac pro cuisine pour mener à bien ses actions de recherche dans l'agroalimentaire. Ce type d'exemple montre toute l'étendue de la filière, sa richesse.”

Si les deux autres établissements du groupe Fim, à Cherbourg et Grandville, font déjà de la formation professionnelle, le site d'Agneaux devrait s'y atteler. “Mais nous voulons rester le centre de référence pour l'apprentissage”, précise Jean-Pierre Lesage. Parmi les projets : le déménagement des locaux dans Saint-Lô et leur agrandissement.

Sy.S.

SUR "LA ROUTE DU SUCCÈS"

## Remise de diplômes à l'École de Savignac

C'est avec beaucoup d'émotions que les étudiants de l'école de Savignac ont reçu leur précieux sésame le 24 juin dernier.

Avec une renommée internationale depuis ses vingt-trois ans d'existence, l'École internationale supérieure de Savignac a pour vocation de former les cadres opérationnels et fonctionnels des métiers de l'hôtellerie-restauration, du tourisme et des loisirs, en proposant un cursus complet de bac + 2 à bac + 5. Le 24 juin dernier, au château Le Bouquet à Sorges (24), 46 étudiants de la promotion 'Bachelor of Arts (Hons) Top up in Hospitality Management', et 19 autres de la promotion 'European Bachelor (Hons) in International Hospitality Management', ont reçu l'attestation de réussite. Tous repartent avec un diplôme niveau bac + 3.

### Cérémonie 'à l'anglo-saxonne'

Pour la promotion 'Master of Business Administration in Hospitality Management', la route était plus longue (niveau bac + 5). Après vingt-et-un mois de formation, dont six en stage en France ou à l'étranger, ils peuvent enfin souffler. Entre joie, pleurs et émotions, la cérémonie s'est déroulée 'à l'anglo-saxonne' : chaque étudiant est monté sur scène à l'appel de son nom afin de recevoir son diplôme. Au total, 43 étudiants ont reçu leur diplôme (99 % de réussite) sous le regard de leur



Les 46 étudiants de la promotion 'Bachelor of Arts (Hons) 'Top up' in Hospitality Management'.



Les 43 étudiants de la promotion 'MBA in Hospitality Management' entourent leur parrain, Xavier F. Rugeroni.

parrain de promotion, **Xavier F. Rugeroni**, directeur général du Fairmont Monte-Carlo à Monaco et vice-président régional Fairmont Hotels & Resorts. Les deux codirecteurs, **Richard Ginioux**, et **Roger Haigh**, ont rappelé le parallèle entre les valeurs inculquées aux étudiants et les valeurs intrinsèques aux métiers de l'hôtellerie-restauration : ouverture d'esprit, sens des responsabilités, convivialité, solidarité, don de soi et esprit d'entreprise. En ajoutant : "La route du succès est continuellement en travaux. Grâce à l'école vous avez pu vous construire un réseau, à vous

de savoir l'entretenir."

Durant la cérémonie, certains se sont démarqués : Prix de l'intérêt pour les enjeux des ressources humaines et de la qualité : **Margot Mongibeaux** ; Prix du contrôle de gestion : **Lauriane Carré** ; Prix de l'ouverture à l'international : **Mathieu Carver** ; Prix du dynamisme commercial : **Maxime Spido** ; Prix de la combativité et de la persévérance : **Mélanie Mestre** ; Meilleure soutenance : **Perrine Migonney** ; et Major

de promotion : **Inès Chardonnet**. Dorénavant, les ex-étudiants peuvent prolonger leur aventure à l'école et construire leur réseau grâce au club de Savignac. Xavier Rugeroni a conclu : "Vous allez débiter votre carrière avec tout ce que Savignac vous a offert, mais surtout avec votre dynamisme, votre enthousiasme, et le professionnalisme en plus. Votre avenir est entre vos mains. Il ne vous reste plus qu'à briller."

Hélène Binet

AU TERME D'UNE FORMATION QUALIFIANTE

## Douze salariés d'Avenance Enseignement récompensés

Le 22 juin dernier, 12 employés du leader de la restauration collective scolaire ont reçu leur diplôme au terme d'une formation financée par l'entreprise.



Douze collaborateurs d'Avenance Enseignement reçoivent leur diplôme qualifiant.

Douze des 800 salariés des régions Rhône-Alpes et Auvergne d'Avenance Enseignement, leader de la restauration collective scolaire, ont reçu leur diplôme, le 22 juin, lors d'une cérémonie organisée au centre international de séjour de Lyon, à l'issue d'une formation proposée et financée par la société. En Rhône-Alpes et Auvergne, 300 établissements scolaires reçoivent près de 100 000 repas quotidiens, servis par les 800 employés de la société. Parmi ces salariés, 6,9 % sont des personnes en situation de handicap. Toute l'année, Avenance Enseignement dispense à ses collaborateurs, garants des services aux clients et aux convives, des

formations établies permettant à chacun d'obtenir une qualification. Celles-ci débouchent sur un diplôme validant leurs acquis et leurs compétences. Parmi les douze salariés diplômés le 22 juin, six occupent des postes d'employé technique de restauration, un est responsable filière préparation et service, quatre sont chefs gérants et un est cuisinier. "Ces formations concernent 3,5 % de notre masse salariale, précise **Gilles Patin**, directeur régional Rhône-Alpes d'Avenance. Nous doublons la mise pour la rentrée avec 26 parcours qualifiants à partir de septembre."

Sonia Delzongle

WWW.AVENANCE.FR

FAVORISANT LA PROMOTION INTERNE

## La promotion 2011 de l'université Frères Blanc à l'honneur

Depuis quatre ans, le groupe Frères Blanc a mis en place une université visant au perfectionnement de ses employés. Elle s'ouvre désormais aux restaurateurs indépendants.

La 4<sup>e</sup> promotion de l'université interne du groupe Frères Blanc vient de clôturer son année. Depuis janvier 2011, elle a accueilli 72 étudiants souhaitant parfaire leurs connaissances et mieux se former au service en salle, à la cuisine ou à la direction d'un restaurant. Les élèves sont aujourd'hui tous en poste dans les brasseries et restaurants du groupe, avec des profils différents : 39 en cuisine, 28 en salle, et 5 futurs directeurs. L'université Frères Blanc cherche à tenir un rôle d'ascenseur social de la restauration, pour permettre aux collaborateurs d'évoluer au sein du groupe (80 % des postes vacants sont pourvus en interne). Elle est désormais accessible aussi aux restaurateurs indépendants. Plébiscitée en interne, l'université a des objectifs de fidélisation et de valorisation des compétences. Les formations sont organisées pendant six mois en modules et dispensées par des enseignants externes et des collaborateurs du groupe.



Mamadou Soumaré, fraîchement diplômé, pose avec Bernard Leprince, chef exécutif, et Marc Cohen, directeur du Procope.

WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Rechercher OK

Retrouver les nouveautés de la rentrée à Savignac en tapant le mot-clé **RTR315236** sur le moteur de recherche de [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

Les 19 étudiants de la promotion 'European Bachelor (Hons) in International Hospitality Management'.

UNANIMITÉ POUR LES DEUX SORTANTS

## L'équipe dirigeante de l'Umih Bas-Rhin reconduite

Le groupement des hôteliers, restaurateurs et débitants de boissons Umih 67 a tenu son assemblée générale électorale. Au menu, quelques coups de griffes, quelques satisfactions et une stabilité parmi ses dirigeants.

Les deux têtes de l'Umih d'Alsace ont prononcé leurs discours avant le vote. Et même s'il n'y avait pas d'autres candidats, ils ont tenu à dresser un bilan de leur action en trois ans. Et cela commence par un satisfecit de l'hôtelier **Patrick Diebold** (Hôtel de l'Europe - Best Western à Strasbourg) : celui de pouvoir peser davantage dans les instances dirigeantes du tourisme bas-rhinois, sujet évidemment crucial. Après le succès des opérations touristiques centrées autour de Noël, Patrick Diebold insiste pour que la période de Pâques fasse également l'objet d'un traitement particulier, une idée retenue.

De son côté, le jeune retraité **Roger Sengel** a de nouveau fustigé les



Roger Sengel (centre), entouré de Sylvie Grucker (g.), Véronique Anton (d.) et du bureau du syndicat du Bas-Rhin, dont Christian Sinck, Jacques Chomentowski, Roland Acker, Bernard Rotman, Alain Cézard, Jacques Lorentz, Pierre Siegel, Patrick Diebold et Jean-Claude Bader.

attaques que la profession subit sur une baisse de prix moins élevée que prévu grâce à la réduction du taux de TVA. Il a rappelé que l'augmentation des produits alimentaires était aussi à mettre en cause, mais que les prix ont quand même baissé de 3 % en moyenne dans la région. Il s'est aussi interrogé sur l'avenir de cette mesure en ces temps de campagne électorale : "Même dans la majorité, nous comptons des adversaires résolus comme **François Baroin**." Sur ce dossier comme sur beaucoup d'autres, il est donc urgent d'attendre. Les Bas-Rhinois ont cependant voté : unanimité des 34 voix pour les deux sortants. On ne change pas une équipe qui gagne, selon l'adage. **Flora-Lyse Mbella**

FONDÉ EN 1992

## Le club de Montreuil-sur-mer joue collectif

Avec Guillaume Duvivier à sa tête, l'association de restaurateurs et d'hôteliers du Pas-de-Calais change de président mais pas de programme.

Porté par **Guillaume Duvivier**, un des benjamins du club de Montreuil-sur-mer (62), le projet du "bien vivre ensemble" est reconduit. Directeur du Clos des Capucins, depuis deux ans, après huit années passées à L'Auberge fleurie à Pénchies, et anciennement vice-président du club, Guillaume Duvivier veut s'inscrire dans la continuité et encourager l'originalité, l'authenticité et la créativité. "Chacun a ses idées, sa façon de penser. Je suis ici pour apprendre et apporter mon envie", affirme le nouveau président. Différentes générations se côtoient, unies dans la promotion du métier. **Tony** et **Mélanie Bally** sont les dernières recrues du groupe, après



Le club de Montreuil-sur-mer, avec au premier plan, **Jacques Gantiez** (à gauche) et **Guillaume Duvivier** (à droite).

Pouverture de leur restaurant L'Atelier 26, au mois de mars. "Avec le club, nous sommes représentés dans les salons, ce qui engendre des retombées. C'est enrichissant de pouvoir nous voir et de

discuter des nouvelles réglementations, des nouveaux dispositifs de l'Umih", explique Tony Bally.

### Actions de promotion

Le club de Montreuil-sur-mer regroupe une quinzaine de restaurateurs. Il a été créé en 1992 par **Jacques Gantiez** et s'est affirmé sur les salons de Bruxelles, Charleroi, Liège, Amiens, Reims et Paris. "2009 et 2010 ont été deux années difficiles. Il a fallu aller chercher les gens", raconte Jacques Gantiez. "Les membres ont ramené la clientèle belge, qui s'est ajoutée à notre clientèle aussi bien arrageoise que parisienne", ajoute Guillaume Duvivier. La clientèle a changé. L'arrivée des Belges sur le littoral compense l'absence marquée des Anglais. "Certains Wallons ne veulent plus aller sur la côte flamande et préfèrent venir sur la Côte d'Opale. La discordance entre Wallons et Flamands profite au littoral", confie Jacques Gantiez. Avec une fréquentation stable par rapport à l'an dernier, le collectif mise sur l'attrait historique de la ville et les manifestations locales pour remplir le carnet de réservations de cet été. **Lauren Leuridant**

"DIFFÉRENTES PISTES DE RÉFLEXION ONT ÉTÉ PROPOSÉES"

## La consommation d'alcool incontrôlée dans les fêtes étudiantes inquiète l'Umih

Pour **Laurent Lutse**, président de la Fédération des cafés, brasseries et du monde de la nuit, la formation des professionnels et leurs actions de prévention ont valeur d'exemple face aux dérives de certaines soirées.

Selon **Laurent Lutse**, président de la Fédération des cafés, brasseries et du monde de la nuit (FNCB-MN), "la prévention des excès passe par la responsabilisation de tous les intervenants. Il est important d'avoir des professionnels formés pour encadrer les fêtes." Laurent Lutse rappelle que l'Umih travaille "depuis longtemps" avec la sécurité routière. "Nous avons été les premiers à proposer des soirées Capitaine de soirée." Le syndicat réfléchit actuellement aux côtés du ministère de l'Enseignement supérieur aux excès et aux dangers

des fêtes étudiantes. "Différentes pistes de réflexion ont été proposées : la prévention par les pairs, le renforcement de la connaissance du risque alcool, la mise en place de partenariats financiers avec la MILD [Mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie, NDLR], l'ANPAA [Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie, NDLR] et les collectivités territoriales. Des applications iPhone sont à l'étude, concernant les seuils d'alcoolémie, les unités d'alcool, la courbe d'élimination de l'alcool. Le plus gros risque encouru est l'organisation sauvage de soirées, qui échappent à

tout contrôle institutionnel et sanitaire, et qui concerne une forte population d'étudiants. Il n'y a aucune surveillance et les dérives peuvent être fatales. Dans nos établissements, les jeunes sont encadrés. En effet, les professionnels ont l'obligation de se former au permis d'exploitation." Quant aux discothèques, celles-ci sont assujetties à des règles précises, souligne encore Laurent Lutse : "Arrêt de la vente d'alcool une heure et demie avant la fermeture, transport par cars des consommateurs, éthylotests dans les locaux, formation des serveurs à la gestion du bruit et à la délivrance d'alcool."

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



AVEC UN CHIFFRE D'AFFAIRES EN CROISSANCE DE 9 % EN 2011

## FRANCE BOISSONS ACCENTUE SA POLITIQUE DE SERVICES ET DE CONSEILS

Le président de France Boissons, Marc Roubaud, estime que les indicateurs sont au vert dans un contexte en forte mutation. Constats et objectifs.

**M**arc Roubaud est optimiste. Le président de France Boissons, nommé à ce poste il y a tout juste un an, se dit confiant dans l'avenir des CHR. Le distributeur constate un taux de fréquentation stabilisé et une hausse du panier moyen de 0,7 %. Le nombre d'emplois créés durant le premier semestre 2011 dans le secteur (13 900 recensés) témoigne à ses yeux "d'un contexte de sortie de crise". À l'horizon 2020, France Boissons prévoit "une évolution conjoncturelle positive avec une progression du nombre de points de vente et une catégorie boissons qui stagne en volume au profit de l'eau et des boissons rafraîchissantes sans alcool - dites BRSA. Le panorama de la consommation hors domicile évolue aussi de façon structurelle vers plus de restauration chaînée, même si le marché reste avant tout un secteur d'indépendants."

Dans ce schéma, la restauration l'emporte sur le bar avec, toutefois, un maintien du parc des discothèques. Le nombre d'établissements, qui tourne actuellement autour de 297 000, passerait à 325 000. La filiale distribution d'Heineken revendique aujourd'hui un business model



Marc Roubaud, président de France Boissons, est optimiste.

le distributeur. Celui-ci estime notamment que "l'aide à l'installation inaugure le début d'une collaboration étroite et durable entre le professionnel et le commercial, garante à plus long terme de la réussite du point de vente".

### Programme de formation des commerciaux

Bref, France Boissons se positionne comme un partenaire sur lequel on peut et l'on doit compter. Une importante réflexion a été menée par les équipes de Rueil-Malmaison (92) sur les outils d'aide à la vente et un programme de formation des commerciaux a été mis en place. Ces derniers sont, par exemple, munis d'un 'wine pocket', "un outil d'aide à la vente du vin qui leur permet de maîtriser et d'adapter l'offre aux clients en fonction de leur besoin immédiat". Une restructuration de l'encadrement a également été opérée. "Les pôles marketing opérationnel et achats pilotent désormais en binôme les différentes catégories de produits, avec une réelle volonté d'y associer leurs fournisseurs. En repensant la relation fournisseurs dans un esprit collaboratif qui va bien au-delà de la simple étape de négociation commerciale, [la société veut] activer des leviers en terme de produits, d'innovation, d'animation et de promotions auprès de ses marques partenaires pour répondre toujours mieux aux besoins de ses clients."

Dans le viseur, la création d'un cercle vertueux "en amont et en aval de la chaîne de valeur". De nouveaux contrats viennent d'être signés dans cet esprit avec Pago, Coca-Cola pour Coca-Cola Zéro ou Baron Philippe de Rothschild pour Mouton Cadet. Marc Roubaud croit aussi beaucoup dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). "France Boissons est le premier réseau de distribution B2B à proposer City QR, une plateforme de communication et de fidélisation sans contact qui permet aux établissements CHR d'acquérir et de fidéliser de nouveaux consommateurs en créant des coupons de réduction sur mobile. Un partenariat exclusif qui apportera aux fournisseurs un canal inédit de promotion de leurs marques directement sur le point de vente." Un accord a également été conclu avec RestoVisio : "Une vidéo de présentation HD de l'établissement est réalisée puis diffusée sur plus de 150 sites tels que Google, Youtube, Voyages-SNCF. La vidéo est présente sur le site internet, le site mobile, l'application iPhone et la fanpage de RestoVisio. Enfin, le restaurateur peut l'utiliser pour toutes ses communications : site, fanpage, e-mail, etc."

"Notre rôle, insiste Marc Roubaud, est de mettre en marché et de proposer du conseil... Quand on vend du café, on ne vend pas un produit mais une solution café." Autre objectif : "Devenir le distributeur le plus responsable." L'échéancier : Bilan Carbone démarré l'an dernier, lancement en cours d'un broyeur de verre spécifique auprès des établissements pour le verre perdu, 75 % de verre recyclé en 2012, 100 % des entrepôts équipés de tri sélectif des déchets carton et plastique en 2013, déploiement du service de récupération des huiles alimentaires usagées dans l'ensemble des filiales en 2015.

### France Boissons en chiffres

- 876 M€ de chiffre d'affaires en 2010
- 60 000 clients
- 1,1 million d'hectolitres de bières
- 50 millions de cols de vin
- 6 millions de spiritueux
- 446 millions de bouteilles sans alcool
- 2 870 collaborateurs
- 36 filiales/91 centres de distribution

### À TAIN-L'HERMITAGE (26)

## Le muscat beaumes-de-venise fait recette

**D**euxième année de partenariat entre l'AOC beaumes-de-venise et la section barman de l'école hôtelière de Tain-l'Hermitage (26). Au moment des vendanges, les élèves sont accueillis par les viticulteurs. Un moment d'échange et de découverte au cours duquel les jeunes assistent à la cueillette et à la vinification des raisins et participent à des dégustations. L'enjeu est à la fois pratique et ludique, puisqu'ils vont devoir de leur côté réfléchir à la création d'un cocktail autour du muscat beaumes-de-venise. Des boissons présentées lors de la remise de leur certificat au terme de leur mention. Les trois meilleures recettes sont

mises sous les projecteurs. En 2011 : So Glam, composée de 5 cl de muscat rosé, de 2 cl de tequila et de 1 cl de sirop de fraise. Coco Venise, réalisée à partir de 9 cl de muscat blanc, de 3 cl de Cointreau et de 0,5 cl de purée de coco. Et Old Muscat : 3 cl de muscat blanc, 3 cl de cognac VS et 1 de Noilly Prat sur glace.



Coco Venise.



Old Muscat.



So Glam.

POUR 500 INVITÉS

## Le menu princier du dîner de mariage d'Albert II de Monaco

285 professionnels ont œuvré à la réalisation du dîner offert par les mariés, sur les terrasses de l'Opéra Garnier monégasque. Le tout signé Alain Ducasse et Monte-Carlo SBM.



Bernard Lambert, Alain Ducasse, Luca Allegri et les chefs de la SBM.

En cuisine, pour réaliser le dîner destiné aux 500 invités du mariage princier, **Alain Ducasse** - assisté de **Franck Cerutti**, chef exécutif de l'Hôtel de Paris et de **Bruno Caironi**, chef consultant - avait mobilisé 285 personnes dont 10 chefs et 54 cuisiniers de Monte-Carlo SBM, 7 chefs pâtisseries et 14 pâtisseries de Monte-Carlo SBM, 200 maîtres d'hôtel, chefs de rang et commis.

Au menu, en guise de mise en bouche, le Barbagiuau, rissoles farcies de vert de blettes, feuilles d'épinard, blancs de poireau, oignon frais, persil, basilic, marjolaine et ciboulette liés de ricotta de brebis, d'œuf et de parmigiano-reggiano. Puis venaient de Tendres légumes, tomatolive et mullet daurin mariné, poutargue, petit épeautre, primeurs liés d'un pistou d'herbes. Ils précédaient les Poissons d'ici en fin bouillon aux goûts marins : sur un fond de pommes de

terre grenaille cuites au bouillon safrané, gamberoni 'rossi' de San Remo, filets de rouget de roche, des calamaretti fourrés de chair de gamberoni, seiches, des filets de chapon, de daurade royale, de saint-pierre, de denti, une rouelle de tentacule de poulpe de roche. Le tout est mouillé d'un fumet de poissons de roche cuisiné comme un bouillon de poisson safrané. Et enfin, en dessert : Fruits rouges gorgés de soleil, glace au lait de Rocagel, gâteau de mariage vanille groseille (1,50 m de diamètre et 2,50 m de haut).

Côté vins, **Gérard Margeon**, chef sommelier des restaurants d'Alain Ducasse, et **Noël Bajor**, chef sommelier du Louis XV, avaient sélectionné : Western Cape Chardonnay, Cuvée Anaïs 2009, Bellet, Le Clos, Le Clos Saint-Vincent 2009, Bellet, Cuvée Baron G, Château de Bellet 2008, Château d'Yquem 1996 et Champagne Perrier-Jouët, cuvée Belle Époque 2002.

DU HAUT DE LA TOUR MONTPARNASSE

## David Gackowski remporte le concours Master Sandwich by Brioche Dorée

Paris (XIV<sup>e</sup>) Grand gagnant du concours organisé par la Brioche Dorée du Groupe Le Duff, son sandwich sera vendu dans tous les restaurants Brioche Dorée pendant une semaine.

Lors de la grande finale du concours Master Sandwich by Brioche Dorée, organisée au 56<sup>e</sup> étage de la tour Montparnasse, après avoir départagé les 10 candidats sélectionnés, le jury a décerné le grand prix à **David Gackowski**. Ce dernier a remporté un piano de cuisine pour son Rocamadour (chèvre frais, tomates, roquette, lard fumé, oignon et pain de maïs). **Emmanuel Chevalier**, avec sa recette Pirate, et **Stéphanie Jonte**, avec son Toasté Teriyaki, ont respectivement atteint la deuxième et troisième place.

C'est face à un parterre de 80 personnes - journalistes, Meilleurs ouvriers de France, critiques culinaires, partenaires... - que les 10 finalistes ont préparé et présenté leur sandwich. Le jury était constitué, entre autres, de **Gérard Rapp** (président de la société nationale des MOF), **Frédéric Lalos** (MOF boulanger, Quartier du Pain), **Jean-François Lemerrier** (MOF cuisine), et **Jean-François Girardin** (MOF cuisine Ritz), **Jean-**



David Gackowski, grand gagnant du concours Master Sandwich by Brioche Dorée, avec les membres du jury.

**Jacques Massé** (MOF Grande Épicerie de Paris), **Jean-François Lemerrier** (chef exécutif du groupe Partouche). Du 1<sup>er</sup> avril au 31 mai 2011, de nombreux candidats avaient déposé plus de 600 recettes de sandwich sur un site dédié mais aussi sur Facebook où elles ont fait l'objet d'un vote entre internautes. Le sandwich du vainqueur, le Rocamadour, sera mis en vente dans tous les restaurants Brioche Dorée pendant la Semaine du Goût à l'automne prochain.

BULLETIN D'ABONNEMENT

RECEVEZ CHAQUE SEMAINE

### L'Hôtellerie

Restauration

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



&gt; Abonnez-vous par téléphone :

# 01 45 48 45 00

ou par fax : 01 45 48 51 31

ou par internet : [lhotellerie-restauration.fr](http://lhotellerie-restauration.fr)ou par courrier : **L'Hôtellerie Restauration****Service Clients****5 rue Antoine Bourdelle****75737 Paris Cedex 15**

Nom : .....

Adresse : .....

Code postal &amp; Localité : .....

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

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

&gt; 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

Smic pour apprenti : se calcule-t-il à partir du Smic classique ou du Smic hôtelier ?



Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot clé **RFK3159** sur le moteur de recherche de [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)