

Au congrès de la Fagiht

Paul Dubrule : "La stratégie de Denis Hennequin m'enthousiasme"

Joël Robuchon au conseil d'orientation de Ferrandi

Le bail du restaurant dans un centre commercial

# L'Hôtellerie Restauration

27 octobre 2011 N° 3261

ANNONCES CLASSÉES PAGE 16

L'HEBDO DES C.H.R. [LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR](http://LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR)



LILLE : l'hôtel des Tours et le Carlton restent ouverts p. 40

Au sommet de la gastronomie pp. 2-3

## Les Grandes Tables du monde font leur mue



Les membres des Grandes Tables du monde chez Moët & Chandon, à Épernay (51), qui accueillait le congrès et le dîner de gala orchestré par **Arnaud Lallement** (L'Assiette champenoise) et **Philippe Mille** (Les Crayères).

Le congrès 2011, qui vient de se dérouler à Épernay (51), en Champagne, marque un tournant dans l'histoire de l'association : révolution internet et volonté affirmée de se faire connaître, notamment grâce au petit écran, sont désormais les deux axes de développement des

Grandes Tables du monde. Cette décision fait suite au fantastique coup de publicité procuré par l'apparition des chefs de l'association à la finale de l'émission Un dîner presque parfait sur M6, au début du mois d'août, qui a réuni plus de 8 millions de téléspectateurs en deux jours.

LICENCE IV : LES 'BARS-BARS', ENTRE ZINC ET CULTURE

p. 37

## Coup d'arrêt

Même si l'affaire n'a pas capté l'attention des médias trop occupés par les multiples scandales qui 'sortent' pratiquement chaque semaine et permettent d'alimenter la chronique sans trop de fatigue, le jugement rendu par le tribunal de commerce de Paris à l'encontre des sociétés du groupe Expedia mérite une attention particulière de la part de la profession. Comme vous avez pu en lire les détails dans **L'Hôtellerie Restauration** n° 3259 du 13 octobre dernier, il n'est pas utile de revenir sur les attendus d'un jugement qui offre enfin une base juridique solide à tous ceux qui s'estiment victimes des agissements des voyous du net. En revanche, il est rassurant de savoir que les pouvoirs publics, en l'occurrence la direction générale de la concurrence et de la consommation et de la répression des fraudes, ont appuyé la démarche du Synhorcat dans son action pour pratiques commerciales trompeuses. **Car, au-delà de ce cas d'espèce, il faut saluer la recevabilité par le juge d'une action contentieuse dans une matière encore nouvelle** et dont il est difficile d'appréhender les tenants et les aboutissants, le monde du web étant par définition en perpétuelle évolution. C'est d'ailleurs en profitant de cette situation inédite que certains, et non des moindres, avaient cru pouvoir faire n'importe quoi pour accroître leur audience au-delà du

raisonnable et pratiquer des tarifs publicitaires stratosphériques. **C'est sans doute en raison de ces pratiques cyniquement organisées, avec batteries de 'stagiaires' payés pour alimenter en commentaires positifs ou négatifs les sites** qui entendaient vivre de leur système 'participatif', que le tribunal de commerce de Paris a eu la main lourde, en démontant un système d'arnaque dans lequel certains naïfs voyaient, et voient encore - *perseverare diabolicum* - la panacée en matière de communication pour les professionnels. Il était effectivement temps de donner un sévère coup d'arrêt à tout un système dont les ambitions semblaient sans limites, puisque des esprits très affaiblis avaient même songé à faire des 'commentaires' sur les sites le substitut idéal au classement hôtelier ! **Il appartient aujourd'hui à la profession de reprendre en main son destin numérique** en maîtrisant les technologies dont elle peut tirer parti à condition de contrôler les contenus et de baliser les éventuels excès des 'internauts' tentés de raconter n'importe quoi. Il suffit de lire le message sirupeux que Tripadvisor adresse au client sollicité pour donner son avis sur le dernier établissement où il est descendu pour comprendre que les temps sont en train de changer. **L.H.**

## En bref

### DEUX NOUVEAUX CHEFS D'ŒUVRE REJOIGNENT LA COLLECTION OETKER

La famille Oetker, propriétaire d'hôtels prestigieux - dont le Bristol à Paris -, prévoit d'ouvrir en contrat de gestion deux autres établissements en donnant à sa collection une nouvelle signature : les 'Masterpiece' ('chef d'œuvre' dans la langue de Molière). À Abu Dhabi, d'abord, avec un établissement dont l'ouverture est prévue pour 2013, et surtout le Palais Namaskar, à Marrakech, au Maroc, qui devrait ouvrir en

2012. Cet hôtel neuf comprend 41 villas et suites, 2 restaurants, un bar lounge, un spa et surtout un jardin magnifique sur 40 000 m<sup>2</sup>, avec cascades, lacs, et quelques touches d'art mauresque et andalou. Le Palais Namaskar, propriété de Philippe Soulier, représente un investissement de 50 M€. Sa construction a été supervisée par Imaad Rahmouni, un architecte réputé originaire de Marrakech.

### LA MAISON DALLOYAU AUX COMMANDES DES CUISINES DU MOULIN ROUGE

La maison du faubourg Saint-Honoré a imaginé et créé une carte sur mesure pour le plus célèbre cabaret du monde, à l'occasion du lancement de la nouvelle carte du restaurant, qui accueille

chaque année 600 000 clients. Dès le 3 novembre, les chefs prépareront des menus aux noms évocateurs - Toulouse-Lautrec et Belle Époque - en dégustant par exemple une Tarte fine de homard 'à

la parisienne', un Veau poêlé Valentin ou encore l'Opéra Moulin rouge. Toutes ces créations culinaires seront servies dans la salle mythique de 850 places au décor Belle Époque.

# Grand

Vers une meilleure "visibilité auprès  
Le congrès 2011, qui vient de se dérouler à Épernay  
révolution internet et volonté affirmée de se faire

## Les Grandes Tables leur mue

**E**n deux jours, début août, plus de 8 millions de téléspectateurs ont vu à l'œuvre les membres des Grandes Tables du monde lors de la finale d'Un dîner presque parfait sur M6. Immédiatement, le site internet de l'association a enregistré un pic de fréquentation. Le pouvoir de la télévision a encore frappé. "Cela nous a procuré une visibilité auprès du grand public", estime **Marc Haerberlin**, président depuis dix ans. Moins de trois mois après l'événement, les membres sont plus que contents de ce coup de pub magistral qui ne leur a pas coûté grand-chose, sinon de monter à Paris, au Bristol, pour faire corps et désigner la meilleure équipe de France au moment où l'audience est à son comble. Un bon feeling avec les producteurs du programme a permis ce rapprochement gagnant-gagnant. Ces derniers ne s'y sont pas trompés. La caution des Grandes Tables du monde est une aubaine. Elle a été appréciée des téléspectateurs et sera reconduite l'année prochaine.

### UNE RÉCOMPENSE

Le congrès annuel, accueilli cette année en Champagne, a été l'occasion de faire le point sur les actions entreprises les douze derniers mois et cette médiatisation était au cœur des discussions. Pourquoi ? Parce que jusqu'ici, l'association s'était montrée plus que discrète. Les 144 membres, entraînés par cette soudaine médiatisation, ont pu apprécier son intérêt, et comptent bien continuer sur leur lancée. Faire partie des Grandes Tables du monde, un nom qui porte, n'est pas donné à tout le monde. L'ex-association Tradition et Qualité (dénomination qui ne perdurera désormais que dans le logo) demande au minimum 2 étoiles Michelin ou son équivalent dans les pays non couverts par le guide rouge. "Oui, nous ne sommes pas des découvreurs de talents. C'est plutôt une récompense. Ce sont les guides qui donnent leurs appréciations. Nous ne faisons pas d'audit et je ne me vois pas envoyer des inspecteurs chez mes collègues. On est déjà bien assez jugés comme cela", lance Marc Haerberlin. Ensuite, il faut être parrainé par



Les membres des Grandes Tables du monde chez Moët & Chandon à Épernay

3 membres de l'association. Avec une adhésion qui s'élève à 1 000 € l'année et 1 200 € les 1 000 guides facturés à prix coûtant, l'investissement est vécu comme tout à fait raisonnable. Une vingtaine de candidats ont postulé cette année : 11 ont été acceptés par le conseil d'administration et leur adhésion a été validée lors du congrès. Les membres ont le droit de manifester leur désaccord à cette occasion. C'est le moment des discussions.

### RELAIS & CHÂTEAUX, SI LOIN SI PROCHES

Une fois encore, la question du rapprochement avec les Relais & Châteaux a été abordée. Un dossier sensible "mis en sourdine, mais cela ne nous empêche pas de collaborer, comme lors du dîner pour le Japon", précise Marc Haerberlin, à l'issue du congrès. Près de 80 % des membres des Grandes Tables du monde font partie des Relais & Châteaux. Pourtant, l'éventuelle fusion fait peur à ceux qui revendiquent l'identité forte des Grandes Tables du monde, élitistes et fières de l'être. Avec, bien sûr, une histoire, plus de soixante années partagées,

“ Les Grandes Tables du monde réunissent l'élite de la cuisine. ”

Éric pras

sur lesquelles les membres ne veulent pas tirer un trait. Et ils sont persuadés que cette adhésion leur apporte un plus. "Les Grandes Tables du monde ne touchent pas exactement la même clientèle que les Relais & Châteaux, c'est aussi pour cela que nous sommes adhérents aux deux depuis plus de dix ans", explique **Massimiliano Alajmo**, chef-patron

# angle

du grand public”

en Champagne, marque un tournant dans l'histoire de l'association : connaître notamment grâce au petit écran.

## s du monde font



ay (51), qui accueillait le congrès et le dîner de gala orchestré par **Arnaud Lallement** (L'Assiette champenoise) et **Philippe Mille** (Les Crayères).

du 3 étoiles Le Calandre à Sarreola di Rubano, en Italie.

Les 11 nouveaux membres constituent aussi un sujet de satisfaction. Des tables doublement étoilés avec de jeunes chefs qui se pressent pour intégrer l'association. *“Il y a beaucoup de professionnels qui veulent y entrer, c'est un signe, souligne **Eric Pras**, Lameloise à Chagny. Les Grandes Tables du monde réunissent l'élite de la cuisine et c'est valorisant d'en faire partie. Et puis, l'association est en train de bouger.”* “Nous, on choisit la reconnaissance de la maison et de l'être humain. C'est une famille. Quand à 28 ans, **Paul Bocuse**, **Michel Guérard** et **Jean-Pierre Haeberlin** m'ont demandé de rejoindre Tradition et Qualité, c'était une belle chose. Tu reçois la reconnaissance de ton maître dont tu deviens l'égal. Tu te sens protégé. D'ailleurs, c'est inscrit dans les statuts, on ne te lâche pas et on va tout

### Les nouveaux membres

- Maison Alain Chapel à Mionnay (01) ;
- Restaurant Michel Sarran à Toulouse (31) ;
- Auberge du vieux puits, à Fontjoncouse (11) ;
- Hôtel du Castellet, restaurant Montecristo au Castellet (83) ;
- Château Cordeillan-Bages à Pauillac (33) ;
- La Bouitte à Saint-Martin-de-Belleville (73) ;
- Flocons de sel à Megève (74) ;
- Auberge de l'île à Lyon (69) ;
- Restaurant Anne-Sophie Pic au Beau Rivage Palace à Lausanne (Suisse) ;
- Ristorante Perbellini à Isola Rizza (Italie) ;
- La Torre del Saracino à Vico Equense (Italie).

faire pour t'aider”, témoigne **Jacques Chibois**.

### EN LIEN AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pour **Mathieu Viannay**, La Mère Brazier à Lyon, intégré en 2007, au-delà de la fierté d'en devenir membre, l'appartenance lui a apporté une *“vraie plus-value dans la région”*. *“Et c'est une association exclusivement consacrée aux cuisiniers qui met en avant aussi bien le travail de la cuisine, de la sommellerie et de la salle. Depuis longtemps, le nom, le logo avec le coq dessiné par **Cocteau**, cela me faisait rêver”*. Pour **Eric Frechon**, l'adhésion procure *“une visibilité accrue dans le milieu professionnel et à l'international, le plaisir de s'associer à un nom aussi prestigieux que les Grandes Tables du monde et enfin le partage des mêmes valeurs avec les membres de l'association. Marc Haeberlin, notre président, représente une belle image de la profession. On est fier d'être représenté par lui”*.

Ce dernier a également annoncé la refonte du site internet qui va intégrer une dimension interactive. *“Nous serons aussi en lien avec les réseaux sociaux, sur Facebook ou encore Twitter. On aura la possibilité de mettre en avant les offres des établissements”*, explique Marc Haeberlin. Le site des Grandes Tables du monde fera office de portail renvoyant les clients vers les sites des membres. Autre innovation, un logiciel permettra à chacun de gérer en direct les achats de bons cadeaux à télécharger sur le site. Sans intermédiaire donc sans commission. La motion a été adoptée. Les membres pourront faire le point sur ces nouveautés lors du prochain congrès qui aura lieu dans un an à Lausanne, en Suisse. **NADINE LEMOINE**

## “S'appuyer sur une représentativité forte”

**Saint-Jean-Montclar (04)** Après Luchon au printemps, c'est au tour de la petite station montagnarde des Alpes du Sud d'accueillir l'Interfédération du Midi (IFM) de l'Umih pour son 80<sup>e</sup> congrès. Une réunion sous le signe de la convivialité et des échanges entre responsables syndicaux.

## Congrès au sommet pour l'Interfédération du Midi

**P**ari réussi pour **Alain Vidal**, président de l'Umih 04. Le 80<sup>e</sup> congrès de l'Interfédération du Midi (IFM) qu'il organisait avec son équipe, la municipalité et la famille **Savornin**, a tenu ses promesses : plus de 130 participants, une trentaine de départements représentés, une assemblée générale attentive et de nombreux moments d'émotion, dont la célébration du 40<sup>e</sup> anniversaire de l'entité. Pour **Jacques Duvin**, président de l'IFM, *“ce succès est la preuve que, dans les moments difficiles que traversent la profession et le syndicalisme patronal, nos congrès peuvent être un point de ralliement pour se ressourcer, et véhiculer l'image de l'Umih [dont l'IFM fait partie, NDLR]”*. Et d'ajouter : *“Nous devons rappeler sa politique pour la défense de nos intérêts ; expliquer que, dans une période aussi explosive et déconcertante, seules la solidarité, la cohésion et un soutien indéfectible à nos valeurs fondamentales peuvent nous aider à surnager. Demain, nos entreprises seront soumises à des mesures réglementaires souvent disproportionnées. Si nous demeurons unis, si nous suscitons des adhésions nombreuses à l'Umih, nous permettrons à nos responsables nationaux de s'appuyer sur une représentativité forte et entraînerons avec nous la profession.”*

### “FAVORISER LA MIXITÉ”

Pour Jacques Duvin, l'IFM incarne l'une des deux manières de faire du syndicalisme : à l'Umih de prendre en charge la défense des intérêts de la profession et à l'IFM de tisser les liens entre les adhérents et de faire la promotion de l'Umih. Un discours savoureux quand on sait que l'IFM, comme le rappelle **Christian Britto**, président du comité des sages, *“est né en 1970, pour faire contrepoids à un*

*syndicat national qui centralisait les pouvoirs dans les mains des Parisiens”*. Mission parfaitement réussie puisque, à quelques exceptions près, selon **André Daguin**, président d'honneur de l'IFM (et représentant de **Roland Héguay**), *“tous les présidents qui ont suivi étaient du Sud”*.

Alain Vidal, qui prendra la présidence à l'automne 2012, adhère totalement à la manière de Jacques Duvin de conduire l'IFM. Il ajoute : *“Il nous faut penser à rajeunir un peu les troupes, pour favoriser la mixité, très fructueuse, entre anciens et jeunes adhérents, faire entrer davantage de présidents d'Umih locales et, peut-être, avoir un temps fort lors de l'AG où nous débattrions de nos problèmes.”* Le 81<sup>e</sup> congrès de l'IFM aura lieu en mars 2012 dans les Bouches-du-Rhône. Il sera organisé par l'Umih 13.

**DOMINIQUE FONSÈQUE-NATHAN**

## LE POINT DE VUE DE JEAN-CHRISTOPHE CARCENAC, PRÉSIDENT DE L'UMIH 81

*“J'ai adhéré à l'IFM en 2006. J'avais 38 ans. J'ai organisé le congrès de printemps à Castres, en 2010. J'y vais pour l'aspect amical et pour visiter la France en famille. J'apprécie les échanges et les discussions informelles avec les professionnels actifs et retraités. Dans un monde où l'on croule sous les formalités, il est bon de pouvoir discuter sans formalisme. J'aimerais que l'IFM laisse aussi une place à un débat avec des témoignages. Cela permettrait, en complémentarité avec l'Umih, de faire remonter des informations.”*



Les congressistes de l'Interfédération du Midi devant la mairie de Saint-Jean-Montclar.

# 4 L'actualité

## Réouverture en 2014

Paris (1<sup>er</sup>) Le palace va fermer pendant vingt-sept mois, le temps de se refaire une beauté.

# Au Ritz : attention, travaux...

Le Ritz sera donc le dernier des 7 palaces de la Ville lumière à se rénover. Le mythique hôtel de la place Vendôme - celui dont "le seul nom sonne comme une légende dans le monde entier", s'enflamme le directeur des ventes d'un grand palace parisien - va procéder à une reconversion totale du bâtiment, obligeant celui-ci à fermer temporairement ses portes. Si la décision a été longue à prendre pour les frères **Al Fayed**, propriétaires du Ritz, il ne faudra pas moins de vingt-sept mois pour tout transformer. Seul **Thierry W. Despont**, l'architecte français choisi pour réaliser les travaux, connaît en détail le plan des aménagements à réaliser. D'après les informations circulant en interne, les travaux concerneront les chambres, les suites, les jardins, le spa, l'école de cuisine Ritz Escoffier. Selon *Le Figaro*, le chantier devrait coûter 200 M€, un chiffre non confirmé par le Ritz.



L'Espadon, le restaurant deux étoiles Michelin du Ritz depuis 2009.

Trente-deux ans après son rachat par la famille Al Fayed, l'établissement mythique s'inscrit dans la tendance suivie par les autres palaces ces derniers mois. Après les ouvertures du Raffles Royal Monceau, du Shangri-La, puis du Mandarin Oriental, le paysage hôtelier parisien offre aux visiteurs un visage neuf. Les autres palaces se devaient de suivre le mouvement. Dorchester Collection a ouvert le bal avec la rénovation du Meurice (plus de 15 M€) et celle du Plaza Athénée. Dorchester Collection n'a d'ailleurs pas dit son dernier mot puisque le groupe vient de racheter l'immeuble voisin.

### FERMETURE

En cas de rénovation d'un palace, la fermeture n'est nullement une obligation. Ainsi, le Bristol a investi, en quatre ans, 100 M€ pour racheter l'immeuble voisin, rajouter 26 clés supplémentaires à son offre, rénover les dernières suites et réaménager le spa, sans jamais fermer, et ce, malgré les nuisances occasionnées par les travaux.

Le Crillon, racheté l'an dernier par un membre de la famille royale saoudienne, a lui aussi entamé des travaux d'embellissement, en commençant par sa façade. Mais pour les gros travaux, "rien n'est programmé à ce jour", précise **Luc Delafosse**, directeur



D'après *Le Figaro*, le chantier du Ritz devrait coûter 200 M€, un chiffre non confirmé par le service de presse du Ritz.

de l'hôtel : "C'est un chantier encore à l'étude dont ni les détails techniques, ni la mise en œuvre n'ont été arrêtés." En attendant, le Ritz devrait fermer au début de l'été 2012 pour vingt-sept mois. En 2014, le paysage hôtelier sera recomposé, avec un Ritz flambant neuf, tout comme le Crillon. Le Peninsula, lui, viendra juste d'ouvrir, sans oublier un Cheval Blanc, attendu avec impatience.

**EVELYNE DE BAST**

**Hôtel Ritz** • 15 place Vendôme • 75001 Paris  
• Tél. : 01 43 16 30 30 • [www.ritzparis.com](http://www.ritzparis.com)

## Corollaire de la rénovation

Le mythique hôtel de luxe parisien annonce un plan social qui devrait conduire au départ de 480 salariés.

## Plan social en vue au Ritz

Il n'y a pas eu de surprise, jeudi 20 octobre, lors de la deuxième réunion qui s'est tenue dans le cadre de la procédure d'information du comité d'entreprise du Ritz. La direction du palace a maintenu sa position concernant le sort des 480 salariés qui devront choisir entre un départ volontaire ou un licenciement économique. Seuls 33 salariés, exclusivement des cadres, seraient maintenus dans leur emploi pendant la durée des travaux.

### "PARTIR PAR LA PORTE OU PAR LA FENÊTRE"

**Laurent Bigot**, secrétaire général de la CFDT HTR (hôtellerie tourisme restauration), ne conteste pas la nécessité de faire ces travaux, mais rappelle que son organisation déplore que l'on laisse comme seul choix

aux salariés "de partir par la porte ou par la fenêtre". Et d'ajouter : "Nous demandons l'arrêt de la procédure de licenciement économique qui n'est ni justifiée ni légale, afin de réfléchir à la mise en place d'un véritable plan de sauvegarde de l'emploi." Le responsable syndical demande également que le coût du licenciement économique soit chiffré, de même que les mesures de sauvegarde de l'emploi. La CFDT HTR a d'ailleurs interpellé les pouvoirs publics, qui proposent plusieurs dispositifs pour répondre à ce genre de situation. "La mise en œuvre de tous ces dispositifs, qui vont du chômage partiel aux actions de formation, est assez complexe. En revanche, il existe une structure au sein du conseil régional d'Île-de-France qui peut proposer des solutions. Mais à la condition de bien vouloir le

solliciter !" Pour sa part, la direction de l'établissement estime qu'il est trop tard pour passer une convention avec l'État. Laurent Bigot évoque le cas des autres palaces qui ont effectué des travaux de rénovation, à l'instar du Prince de Galles (Paris, VIII<sup>e</sup>) qui a fermé pendant dix-huit mois sans procéder à aucun licenciement. Au Ritz, selon la CFDT HTR, la direction cherche à faire table rase de tous ses salariés et de leurs avantages sociaux pour rebaucher du personnel aux minima sociaux à la réouverture de l'établissement. La plupart des salariés du Ritz bénéficient en effet d'une ancienneté moyenne d'une dizaine d'années et d'accords sociaux largement au-dessus de ceux prévus par la convention collective de l'hôtellerie-restauration

**PASCALE CARBILLET**

## En bref

### 4<sup>e</sup> édition du Trophée national de cuisine Francis Trocellier

Nice (06) Dans le cadre du 25<sup>e</sup> Salon Agecotel à Nicexpo, au palais des expositions de la ville, sur l'espace concours, se déroulera, le 24 janvier 2012, la 4<sup>e</sup> édition du Trophée national de cuisine Francis Trocellier, organisée par la délégation des Pays catalan et occitan des Disciples Escoffier

international. Cette compétition est destinée aux professionnels de plus de 21 ans. Les candidats disposeront de 3 heures pour réaliser : un loup de méditerranée en habit, une sauce inspirée du *Guide culinaire* d'Auguste Escoffier et trois garnitures dont une libre. Tous les candidats seront récompensés.

Le règlement du trophée et le bulletin de participation sont à demander à : **Gérard Oudin, coordonnateur des concours gastronomiques**  
289 rue des Arbousiers  
34570 Vailhauquès  
Tél. : 06 16 825 765  
E-mail : [oudin.g@wanadoo.fr](mailto:oudin.g@wanadoo.fr)

## Un homme libre aux jugements percutants

Coprésident du groupe Accor avec Gérard Pélisson de 1983 à 1996, Paul Dubrulle est également un homme politique averti - il fut sénateur-maire de Fontainebleau (77) -, un sportif accompli et un passionné d'œnologie. Depuis sa retraite genevoise, il s'exprime sur l'évolution du groupe Accor et de l'hôtellerie.

# Paul Dubrulle : "La stratégie de Denis Hennequin m'enthousiasme"

"Denis Hennequin et sa stratégie apportent un souffle nouveau", à Accor estime Paul Dubrulle, ici avec son épouse Céleste. Tous deux vivent aujourd'hui à Genève, en Suisse.



différents modes de gestion proposés. Concernant la location, il souligne que le premier montage juridique réalisé sur le premier Novotel de Lille Lesquin était déjà basé sur la location. "À l'époque, nous avions avec la location une rentabilité au niveau de l'immobilier entre 5 et 7 % et entre 12 et 15 % sur la gestion. En revanche, appliquer la formule du contrat de gestion à l'hôtellerie économique n'a pas beaucoup de sens, car il n'y pas suffisamment d'effet de masse." Pour résumer son point de vue sur la question, Paul Dubrulle lance : "Pour moi, le groupe doit avoir une politique de 'roll-over' - c'est-à-dire de réinvestissement - avant de penser aux actionnaires. Une partie du capital doit servir à cela, et c'est une réflexion que partage totalement Gérard Pélisson [coprésident d'Accor de 1983 à 1996, NDLR]."

### "PRENDRE DES RISQUES"

L'ex-patron d'Accor se félicite du développement international du groupe. "Quand nous avons ouvert notre premier hôtel hors de France, en Suisse, il a fallu attendre douze ans pour atteindre une certaine rentabilité. La Suisse est aujourd'hui le 3<sup>e</sup> contributeur du groupe en termes de chiffre d'affaires. En Allemagne, où nous sommes le premier groupe hôtelier, il a fallu attendre quatorze voire quinze ans, comme en Grande-Bretagne. En revanche, j'ai quelques regrets : la Chine, où nous étions les premiers, mais où le développement a été stoppé par Accor dans les années 2000 ; l'Inde, où nous avons eu du mal à trouver un partenaire ou le Mexique, où nous aurions dû être bien meilleurs. Pour réussir à l'international, il faut prendre des risques et être persévérant."

Paul Dubrulle s'enthousiasme lorsque l'on parle d'innovation : "Le groupe a perdu dix ans, en matière d'innovation, depuis les années 2000. En revanche, je pense que Denis Hennequin [nouveau

p.-d.g. du groupe] prend les choses dans le bon sens. En effet, tout groupe industriel, quel qu'il soit, doit avoir le même modèle : mener une politique de ressources humaines juste et motivante, afin d'avoir des collaborateurs heureux et motivés. Ils rendront ainsi les clients heureux, ce qui sera profitable pour tout le monde, y compris les actionnaires qui participeront aux résultats de l'entreprise."

### "PARTIR DE L'EXIGENCE DES ACTIONNAIRES EST UNE ERREUR"

Paul Dubrulle poursuit : "En revanche, partir de l'exigence des actionnaires est une profonde erreur. Selon moi, Denis Hennequin et sa nouvelle stratégie apportent un souffle nouveau. S'appuyer sur le marketing pour dérouler le développement du groupe est une excellente chose. Avec lui, le groupe

renoue avec l'innovation et je le soutiens totalement, avec Gérard Pélisson. Sa nouvelle stratégie m'enthousiasme."

Interrogé sur la décisions du Gouvernement de taxer les nuitées des hôtels dont les tarifs sont supérieurs à 200 €, il lâche : "Je trouve cela très intelligent, car c'est une décision juste, qui concerne tous les établissements." Et quand on lui demande son avis sur la nouvelle

classification hôtelière, il regrette amèrement de n'avoir pas été consulté à ce sujet : "Quand je pense que les classements 2 étoiles NN ont été inventés pour permettre aux hôtels ibis d'être classés et que le classement 0 étoile a permis aux hôtels F1 de se développer, je pensais avoir des choses à dire. J'aurais proposé un mode de classement simple et vivant, s'appuyant sur des normes techniques, et révisable tous les cinq ans. Les projets hors normes auraient été examinés par un comité d'observation." Une idée originale qui, depuis, a été mise en place pour les palaces. Tiens, tiens...  
ÉVELYNE DE BAST

“ Je suis hostile à la notion de rendement uniquement profitable aux actionnaires. ”

Malgré sa retraite helvète, Paul Dubrulle est loin d'être absent du paysage hôtelier français. En homme à la parole libérée des obligations de réserve propres aux décideurs, il livre un jugement percutant. Concernant l'évolution du groupe, sa position est très claire : "Si j'avais été aux commandes d'Accor maintenant, lance-t-il, je n'aurais pas pris les mêmes décisions." Avant d'ajouter : "Il est vrai que le paysage hôtelier a changé, notamment sur deux points : la distribution - avec internet - et la gestion, qui s'est complexifiée. Quand nous avons lancé Accor, il n'y avait que trois types de tarifs : le tarif 'rack' - le prix affiché -, le prix agences de voyages et le prix groupes. Aujourd'hui, tout cela s'est considérablement modifié, et les prix se font en temps réel."

Concernant la politique d'asset-light' du groupe - l'un des piliers du développement du nouvel Accor -, l'ancien coprésident nuance : "Il est normal de vendre les murs des hôtels, car Accor doit rester hôtelier avant tout. Nous avons nous-mêmes réalisé d'importantes opérations immobilières. En revanche, nous avons une vue différente. Nous cherchions davantage à réaliser des opérations [pour] réinvestir dans l'entreprise, sans chercher à faire systématiquement des plus-values. Je suis totalement hostile à la notion de rendement uniquement profitable aux actionnaires." Paul Dubrulle se montre plus dubitatif quant aux

## Destinée à 250 personnes au maximum Avec la carte 'R', Potel & Chabot fait son restaurant

Risotto d'artichaut, pain soufflé truffé, Black Pigeon, panais au pralin de cèpes, Omelette norvégienne 'comme à la maison'... Ces plats sont extraits de la carte 'R' de Potel & Chabot. Un concept qui vient volontairement bousculer les codes habituels du service traiteur. En effet, Jean-Pierre Biffi, chef des cuisines de Potel & Chabot, propose ici une sorte de restaurant éphémère. "Le tranchage en salle pour 800 personnes va à l'encontre d'une précision de dressage. En plus, explique-t-il, lorsque nous établissons ce qui va être servi, nous le faisons

plusieurs mois à l'avance. Réaliser un cocktail pour 1 000 ou 2 000 personnes réclame une certaine organisation des achats. Nous sommes limités dans les produits."

La carte 'R' (pour restaurant) se destine à 200 ou 250 personnes au maximum avec des fournisseurs davantage 'ciblés' et une volonté de personnalisation. La chef Marie Soria en est l'auteur. "C'est son style, sa griffe", que l'on va retenir, souligne Jean-Pierre Biffi. Dans le cadre d'un cocktail, la carte s'installe à table. "Nous aménageons un espace dans lequel il y a un service à table. Le maître d'hôtel

Jean-Pierre Biffi, chef des cuisines, bouscule les codes du traiteur avec une carte signée de la chef Marie Soria.



suggère des plats et des vins pour les accompagner. Et il sert une assiette que le cuisinier a dressée. C'est une pause dans le rythme de la prestation autour des recettes de Marie Soria."

Pour la chef, le challenge est d'autant plus sympathique qu'elle renoue avec les fondamentaux du métier : "Très souvent, on adapte tel ou tel plat à la demande du client. Ici, la recette ne bouge pas. C'est bien de ma cuisine qu'il s'agit", sourit la jeune femme qui prévoit trois cartes par an : automne, hiver et printemps.

SYLVIE SOUBES

La chef Marie Soria et Jean-Pierre Biffi, chef des cuisines de Potel & Chabot.

Du 4 au 7 novembre

## Salon alpin d'Albertville : un rendez-vous incontournable

Plus de 12 000 visiteurs sont attendus pour cette manifestation qui s'est imposée comme le grand rendez-vous professionnel du début de saison.



Vue générale du Salon alpin de l'hôtellerie et des métiers de bouche.



Stéphane Fages, directeur de SavoieExpo.

Pour sa 10<sup>e</sup> édition, du 4 au 7 novembre prochain, sur plus de 6 000 m<sup>2</sup>, le Salon alpin de l'hôtellerie et des métiers de bouche d'Albertville accueillera plus de 12 000 visiteurs venus préparer la saison hivernale. Un rendez-vous biennal, plébiscité par les établissements du secteur de Savoie, Haute-Savoie, Isère et Hautes-Alpes. "Ce salon s'impose comme un événement de référence pour les Alpes du Nord", explique Stéphane Fages, directeur de SavoieExpo. À quelques semaines de l'ouverture des pistes, au pied de l'un des plus grands marchés de montagne, les visiteurs, tous professionnels, rencontrent leurs fournisseurs (180 exposants sont attendus), découvrent

les nouveautés et les grandes tendances.

### EXPOSANTS FIDÈLES À 97 %

"Ce qui est très motivant, c'est que les exposants sont fidèles à 97 %. Pour l'édition 2009, un sondage les disait satisfaits à 99 %. C'est assez exceptionnel et cela montre bien que beaucoup de commandes sont passées sur le salon, ajoute Stéphane Fages. Les fournisseurs viennent en majorité de Savoie, Haute-Savoie et Isère. Les exposants non régionaux apportent des produits introuvables localement. C'est une opportunité de rassembler, sur un même espace, les leaders du secteur de la boulangerie-pâtisserie, des distributeurs alimentaires et boissons, des équipements et matériels et de l'hygiène, au total des milliers de références." Les produits alimentaires représentent 40 % des exposants ; le matériel et les équipements consommables, 40 % également ; l'aménagement, la décoration, le mobilier, 10 %, à égalité avec les services. "[Le Salon alpin de l'hôtellerie et des métiers de bouche] répond à une demande forte d'une région vivant en majeure partie de ce secteur d'activité", ajoute Stéphane Fages. Le tourisme hivernal compte, en effet, pour 50 % dans le PIB de la Savoie. Les quatre départements des Alpes du Nord représentent plus

de 90 % de la fréquentation des zones enneigées françaises. Ils concentrent 20 000 établissements du marché de l'hôtellerie et des métiers de bouche. À elles seules, la Savoie et la Haute-Savoie ont généré environ 1,5 milliard d'euros de consommation touristique au cours de l'hiver 2009/2010.

FLEUR TARI

### INFORMATIONS PRATIQUES

Salon alpin de l'hôtellerie et des métiers de bouche  
Halle olympique d'Albertville, ouvert de 9 heures à 19 heures du 4 au 7 novembre 2011.

#### Les temps forts du salon

##### vendredi 4 novembre

14 heures : rencontre des Fédérations des boulangers, pâtisseries de la Savoie, l'Isère et la Haute-Savoie

17 heures : inauguration à par Hervé Gaymard, président du conseil général de la Savoie

##### lundi 7 novembre

10 heures : assemblée générale de la chambre professionnelle de l'industrie hôtelière de Savoie

#### Les partenaires

Chambre professionnelle de l'industrie hôtelière de Savoie, CCI de Savoie et des Hautes-Alpes, chambre de métiers et de l'artisanat de la Savoie, Fédérations des boulangers, pâtisseries de la Savoie, l'Isère et la Haute-Savoie, marque Savoie.

## En bref

### François Fillon réaffirme le soutien du Gouvernement au taux réduit de TVA

Dans un communiqué, la confédération générale de l'alimentation en détail (CGAD), organisation représentant les métiers de l'artisanat et du commerce, fait

part des dernières déclarations du Premier ministre François Fillon qui réaffirme le soutien du Gouvernement au secteur de la restauration. Alors que le débat sur la

rigueur et la suppression de certaines niches fiscales est relancé, François Fillon a pris l'engagement de ne pas toucher à la TVA à 5,5 % dans les secteurs de la restauration et du

bâtiment, lors du congrès de l'UPA (Union professionnelle artisanale) le 20 octobre au palais Brongniart à Paris. Il a estimé qu'il s'agirait d'un non-sens économique.

## Une année 2012 incertaine

### Île-de-France : le comité régional de tourisme joue la carte de la proximité

Le comité régional de tourisme (CRT) d'Île-de-France se recentre sur un tourisme moins 'bling bling' que le tourisme parisien, et cible désormais les visiteurs hexagonaux, les 'étrangers de proximité' (résidant à moins de trois heures de train de Paris) et les 'repeaters', ces clients qui reviennent régulièrement. Car, pour Gérard Feldzer, président du CRT, si la saison touristique a été bonne "avec des perspectives de faire en 2011 au moins aussi bien qu'en 2007, qui est une année de référence", l'avenir reste incertain. Pour l'Île-de-France, première région touristique en termes d'emplois (550 000 emplois directs et indirects) et de recettes (10 % du PIB régional), les années qui viennent sont cruciales. En effet, la crise économique, le manque de salons et les Jeux olympiques de Londres marquent l'année 2012 d'une profonde incertitude. Le CRT va donc développer des outils pour attirer cette clientèle de proximité. Celle-ci représente environ 80 % de la



clientèle reçue annuellement en Île-de-France, et augmente d'année en année si l'on observe les statistiques de fréquentation des sites culturels franciliens.

Le Château de Versailles enregistre, par exemple, + 15,9 % de visiteurs en 2011, par rapport à 2010.

#### DÉVELOPPER LE TOURISME INTRA-RÉGIONAL

Pour mieux recevoir ces clients fidèles, le CRT veut aider des projets innovants essentiellement axés sur les équipements et les infrastructures, en créant un fonds d'investissement de 16 M€. L'hébergement ne sera pas oublié, même s'il n'est pas prioritaire. Le CRT souhaite surtout aider l'hébergement des jeunes et des familles, ainsi que certains projets hôteliers, tels les Villages Nature situés à proximité des parcs Disney, à Marne-la-Vallée (77). La petite hôtellerie bénéficiera des subventions

Le bras touristique francilien a imaginé une nouvelle stratégie sur trois ans pour attirer les clients résidant à moins de trois heures de train de Paris, ainsi que les jeunes et les familles.

régionales, mais celles-ci seront revues "pour éviter les effets d'aubaine comme cela a été trop souvent le cas auparavant", déclare Gérard Feldzer. La mise en place d'une agence dédiée au 'réceptif régional' - afin d'assurer la commercialisation des produits touristiques franciliens - est également prévue. Un travail difficile qui nécessite des partenariats efficaces avec tous les acteurs du tourisme. "Sur ce projet, le réseau des offices de tourisme sera d'un grand support pour le CRT", précise Gérard Feldzer. Enfin, le CRT souhaite faire bénéficier l'Île-de-France de la tenue des Jeux olympiques à Londres. Il a prévu un dispositif pour inciter les athlètes à séjourner à Paris. Ainsi, une campagne de communication va être lancée sur le thème "Gagner à Londres, fêter à Paris". D'abord sur le web, elle sera ensuite relayée par des opérations de promotion et de relations publiques très spécifiques.

EVELYNE DE BAST

“On confond deux sujets”

Jean-François Sautereau, président de Buffalo Grill et vice-président du Syndicat national de la restauration thématique et commerciale (SNRTC) réagit, dans une lettre ouverte, à l'adoption de l'amendement obligeant les établissements de restauration à préciser les conditions d'élaboration des plats.

## La mention des produits frais, une fausse bonne idée



les saucisses, les saumons, le froid positif entre 3 °C et 7 °C suivant les produits, le chaud au-delà de 67 °C, le sous vide à l'abri de l'air, le confit à l'abri dans la graisse, le surgelé, le sous gaz inerte, le déshydraté, les conserves, etc. Ces procédés ont permis aux grands chefs, mais aussi aux grands artisans, de préparer d'excellents foies gras, jambons, légumes ou herbes que tous les chefs du monde utilisent... Le chef de cuisine qui fera une béarnaise avec de l'estragon surgelé devra-t-il l'indiquer sur sa carte ? Le chef pâtissier qui congèle ses blancs d'œufs devra-t-il l'indiquer ? Et que dire du foie gras sous vide ? Le beurre maître d'hôtel, préparé et conservé au congélateur, devra-t-il porter la mention 'surgelé' ? La tranche de 'pata negra' à l'apéritif devra-t-elle

**Jean-François Sautereau,** président de Buffalo Grill et vice-président du Syndicat national de la restauration thématique et commerciale.

indiquer 'salé et conservé deux ans' ? On voit bien que cette approche n'est pas très sérieuse et que ce n'est pas ce que réclame le consommateur.

Il est totalement inacceptable qu'un restaurateur mente sur sa carte et indique que son plat est maison alors qu'il l'a acheté en gros et l'a juste

remonté en température. Cela s'appelle de la tromperie, c'est totalement illégal et sanctionné par la loi. C'est d'autant plus inacceptable quand les prix pratiqués, le concept et le mode de service laissent à penser qu'il s'agit d'un vrai restaurateur.

### L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

Le nombre de renseignements qui doivent figurer sur la carte rend totalement illisible pour le consommateur les informations. Il est nécessaire de mettre un document à disposition du consommateur lui permettant d'avoir toutes les informations utiles sur les produits : origine, allergies, calories... C'est déjà ce que font grand nombre d'enseignes de la restauration commerciale rapide ou assise.

Pourquoi ne pas obliger aussi à donner ces indications sur les sites web ?

### + 50 % DE PRODUITS FRAIS CHEZ BUFFALO GRILL

En ce qui concerne l'entreprise dont j'ai la responsabilité, nous utilisons plus de 50 % de produits frais : la viande que nous traitons en amont avec des professionnels de la boucherie, dans un atelier aux normes extrêmement strictes, est surveillée en permanence par un vétérinaire à plein temps. La traçabilité de l'animal est parfaite.

La viande charolaise, qui représente désormais 20 % des ventes, est très appréciée des consommateurs. Personne ne s'imagine que, même si je suis un fils de boucher, j'achète les bêtes sur pied pour les faire marcher jusqu'à chacun des 327 restaurants. Depuis trois ans, nous nous appuyons sur des marques prestigieuses et reconnues qui sont indiquées sur la carte : glace Nestlé, Cafés Richard, huiles Lesieur sans huile de palme, frites McCain, Ketchup Heinz, haricots verts Bonduelle, charolais, Macarons de France Génoise... Et même le fameux Château Reignac en bordelais. Les grandes marques françaises sont l'honneur de notre pays et nous sommes transparents avec nos consommateurs en nous appuyant sur le sérieux de produits frais, de plats préparés sur place et d'une restauration accessible et non prétentieuse avec un ticket moyen inférieur à 18 €. Monsieur le député, nous sommes donc pour la transparence et l'information du consommateur, et nous sommes pour que les aigrefins et les loups noirs de notre profession soient durement sanctionnés, s'il y a tromperie. Sur ce sujet comme dans d'autres, l'arsenal législatif existe et ne demande qu'à être appliqué, ce que font très bien les agents de la DPPE (direction de la protection des personnes et de l'environnement).”

On ne peut que se féliciter d'un texte de loi qui protège l'intérêt des consommateurs mais il me semble qu'il y a là quelques lacunes de connaissance de notre profession. Ancien élève d'une des plus grandes écoles hôtelières de France, qui va bientôt fêter son centenaire, et ayant eu plusieurs fois l'occasion de travailler avec des MOF, par exemple, au sein du Sofitel de Lyon, je me permets de préciser que l'on confond deux sujets.

### LE MODE DE CONSERVATION DES ALIMENTS ET LE 'FAIT MAISON'

Les modes de conservation sont aussi anciens que l'espèce humaine, le sucré pour les confitures, les fruits confits, le salé pour le jambon 'pata negra', le fumé pour

Avec un chiffre d'affaires en hausse de 6 %

## Accor en pleine forme au 3<sup>e</sup> trimestre 2011

Les résultats du groupe sont portés par le segment économique.

Au cours du 3<sup>e</sup> trimestre, Accor continue sur sa lancée et enregistre une augmentation de 6 % de son chiffre d'affaires (+ 2,7 % en données publiées). Ce qui, en cumul depuis le début de l'année, équivaut à une hausse de 5,8 % (+ 3,8 % en données publiées), et un chiffre d'affaires de 4,597 milliards d'euros. Après deux premiers trimestres plutôt bons, la saison estivale s'est bien passée et se conclut en beauté sur une rentrée très dynamique.

Dopé par une hôtellerie économique qui, hors États-Unis,



voit son RevPAR grimper de 7,5 % en données comparables, et avec une hôtellerie milieu et haut de gamme qui n'a pas flanché (+ 5,3 % en données comparables), le groupe Accor connaît une année au beau fixe.

### LA CHANCE EST LÀ

En Europe, deux pays se détachent : la France, qui enregistre au 3<sup>e</sup> trimestre une augmentation de 6,7 % de son chiffre d'affaires et le Royaume-Uni, porté par Londres, dont les segments milieu

et haut de gamme connaissent une hausse de 6,6 % tandis que le segment économique enregistre + 9,8 % de croissance. Dans les pays émergents, la croissance est à deux chiffres, que ce soit en Asie-Pacifique ou en Amérique latine, aussi bien dans le haut de gamme que dans l'économique.

Les prix moyens ont bondi, notamment au Brésil, où la demande dépasse l'offre existante. La décision du groupe de se concentrer sur son métier de base semble lui porter chance. Après la cession de Lenôtre, Accor a accéléré la vente des murs de ses hôtels : Pullman

Bercy, Sofitel Arc de Triomphe, cession des murs de 7 Suite Novotel à un OPCI... Par ailleurs, Accor demeure optimiste quant à ses objectifs de développement, fixés à 35 000 chambres en 2011 et 40 000 en 2012, ayant déjà atteint les 28 000 chambres supplémentaires, par croissance naturelle et, selon les opportunités, par croissance externe (comme lors de la reprise en contrat de franchise de 24 hôtels au Royaume-Uni). Avec de telles perspectives, le groupe espère toujours atteindre un résultat d'exploitation en fin d'année situé entre 510 et 530 M€.

EVELYNE DE BAST

B. LOISEAU  
- 6,12 %GROUPE FLO  
+ 7,61 %SODEXO  
+ 2,13 %

# Restauration

La convivialité privilégiée

## Un bistrot français au pays des tapas

La genèse du Café Emma, tout juste inauguré au centre de Barcelone, remonte à 1998, lorsque **Romain Fornell** va travailler chez **Michel Sarran**, à Toulouse. Entre les deux hommes, les rapports sont parfois tendus ; c'est le choc de deux fortes personnalités. À cette époque, le chef toulousain doublement étoilé fait déjà partie du gotha de la gastronomie française, alors que le jeune Romain Fornell est à l'orée d'une carrière qui tiendra ses promesses. Il poursuivra notamment son chemin auprès d'**Alain Ducasse**, avant de s'installer dans son restaurant de l'Aubrac, La Chaldette, où il décrochera sa première étoile *Michelin*. En 2001, il accepte une offre de l'hôtel Ritz de Barcelone, et s'installe au piano du restaurant Caelis, également récompensé d'une étoile en 2005. De l'autre côté des Pyrénées, Michel Sarran suit ce parcours à distance, et avec d'autant plus d'intérêt que, au fil des rencontres, une amitié se tisse entre ces deux professionnels. C'est ce lien qui les incite à s'associer pour créer le Café Emma,



De gauche à droite : **Michel Sarran**, le fromager maître affineur **François Bourgon** (MOF 2011) et **Romain Fornell**, à l'inauguration du Café Emma.



Retrouvez le Café Emma en vidéo avec le mot-clé **RTR016905** sur le moteur de recherche de [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

au cœur de la capitale catalane. 300 000 € sont investis pour aménager le restaurant situé à proximité de l'ancienne Maison du Languedoc-Roussillon, également dirigée par Romain Fornell, dont une partie de l'équipe se retrouve aujourd'hui parmi les quatorze salariés du Café Emma, à commencer par le chef **Daniel Brin**.

à base de bonnes viandes, salades, huîtres, fromage". "Nous n'avons pas voulu nous positionner sur le terrain de la haute gastronomie, que nous pratiquons quotidiennement dans nos établissements respectifs avec Michel Sarran ; ici, nous privilégions la convivialité", précise Romain Fornell. Dans cet esprit, le Café Emma propose tous les jours un service continu de 8 heures à minuit et demi, avec un menu (17 € à midi et 22 € le soir), et une carte où l'on retrouve toujours cette cuisine simple et goûteuse : ongle à l'échalote, saucisse de Toulouse aux lentilles, salade de chèvre chaud, crêpes suzette et profiteroles... "C'est une formule classique de bistrot qui s'adapte parfaitement en Espagne, au pays des tapas, enchaîne Michel Sarran. Il est d'ailleurs amusant de prouver que l'on peut manger à des tarifs attractifs, avec un ticket moyen à 25 €, en perpétuant une tradition culinaire française que l'on oublie parfois un peu trop."

Texte et vidéo : Francis Matéo

Restaurant Café Emma • Pau Claris, 142 • 08009 Barcelone  
• Tél. : + 34 93 215 12 16 • [www.cafe-emma.com](http://www.cafe-emma.com)

### TRIBUNE LIBRE DU CLUB PROSPER MONTAGNÉ

#### La responsabilité du maintien de la tradition et du savoir-faire



La gastronomie française qui, comme vous le savez, a été reconnue par l'Unesco au titre du patrimoine culturel immatériel de l'humanité, impose à tous ceux qui y contribuent un devoir de qualité et de mémoire de la tradition. Ceci n'empêche

évidemment pas de garder une modernité et un développement avec toujours plus d'innovation. Cela implique également une transmission de ce savoir-faire si l'on veut qu'il puisse se perpétuer et surtout encourager de nouvelles vocations dans cet artisanat des métiers de bouche. Au-delà des activités de nos entreprises artisanales, il y a également à développer des compétitions qui sont le ferment d'un 'vouloir mieux faire'. Le concours culinaire Prosper Montagné se situe naturellement dans cette démarche et doit ainsi garder sa place parmi les meilleurs concours consacrés à nos métiers. Pour cette deuxième année, notre concours 2012 bénéficiera du haut patronage de la République. Il s'agit pour notre club, au-delà d'une fierté de reconnaissance, d'un encouragement pour notre travail en faveur de l'artisanat, de son savoir-faire, de sa conservation, de son progrès et de sa transmission.

[www.club-prosper-montagne.fr](http://www.club-prosper-montagne.fr)

#### "BONNES VIANDES, SALADES, HUÎTRES, FROMAGE"

Banquettes, terrasse, bar en zinc : l'atmosphère du bistrot français imprègne tout le Café Emma, de la terrasse jusqu'au coin boulangerie, au fond de la salle. L'ardoise annonce une "cuisine traditionnelle française,

### 36 chefs participants

Jusqu'en mars 2012, les moins de 35 ans sont conviés par les restaurateurs de la Moselle gourmande à goûter à la grande cuisine, à petits prix.

## La Moselle Gourmande accueille les jeunes palais

C'est une opportunité que je compte bien saisir. Je n'ai pas l'habitude, ni les moyens de fréquenter de grandes tables. Mais là, je compte bien en profiter. Reste à faire le bon choix", souligne **Marine**, étudiante messine de 23 ans.

Comme tous les jeunes de 18 à 35 ans, elle est invitée à découvrir la gastronomie, à des tarifs privilégiés, par les 36 chefs de la Moselle gourmande. Cette opération entamée début octobre en est à sa sixième édition. Elle se prolongera jusqu'au 31 mars prochain. L'idée est de proposer à cette clientèle des menus comprenant un repas complet, l'apéritif, les vins



**Jean-Georges Klein**, le chef de l'Arnsbourg, trois étoiles *Michelin*, est l'un des restaurateurs de la Moselle Gourmande.

d'accompagnement, l'eau minérale et le café. Trois menus sont proposés : un menu découverte à 40 €, un menu saveurs à 60 € et un menu dit 'prestige' à 100 €. "Pour bénéficier de cette offre, outre l'âge, il est impératif de réserver à l'avance - il faut alors

préciser menu 18-35 ans -, dans la limite des places disponibles certains jours. Tous les menus sont également identiques pour l'ensemble des convives d'une même table", précisent les organisateurs. De petites contraintes qui ne doivent pas refroidir les candidats. Car la liste des restaurateurs de la Moselle Gourmande est large - tous sont référencés dans l'un ou l'autre des grands guides gastronomiques - et comprend même des tables d'exception comme l'Arnsbourg à Baerenthal (57) qui affiche 3 étoiles au *Michelin*.

JEAN FABIAN

[www.moselle-tourisme.com](http://www.moselle-tourisme.com)

# Modernisez votre restaurant grâce au PMR

## Qu'est-ce que le PMR (Prêt pour la Modernisation de la Restauration) ?

Le PMR est un financement d'OSEO, issu des mesures du Contrat d'Avenir de la Restauration, destiné aux restaurateurs, afin de faciliter le financement de leurs projets de modernisation. D'une durée de 5 ans, avec des remboursements trimestriels, il est adapté à la nature de vos projets.

## Que veut dire « projet de modernisation » ?

Les projets concernés par ce prêt peuvent prendre diverses formes :

- des investissements immatériels : création de site Web, formation du personnel, actions commerciales;
- des travaux d'aménagement et dépenses de mise aux normes;
- des investissements matériels : équipement de cuisine, mobilier, enseigne...
- le rachat d'une entreprise, sous réserve que les investissements de modernisation représentent au moins 25% du programme.

## Faut-il présenter une garantie ?

Non, le PMR est un prêt sans garantie.

## Combien puis-je emprunter et à quelles conditions financières ?

Vous pouvez emprunter de 15 000 à 900 000 euros et bénéficier de la garantie d'OSEO. Ce financement sera assuré par un PMR associé à un prêt bancaire. Il sera mis en place par la banque de votre choix.

## Deux formules possibles :

- une formule à taux zéro, de 5 000 à 10 000 euros, le PMR devant être associé à un prêt bancaire, à moyen ou long terme, d'au moins le double du PMR. Dans la limite de 110 000 euros, la formule (PMR + prêt bancaire) est simplifiée et accélérée.
- une formule à taux bonifié de 10 001 euros à 300 000 euros de PMR, toujours associé à un prêt bancaire d'au moins le double.

## Quelles sont les conditions pour avoir accès à ce prêt ?

Ce prêt est ouvert à tous les chefs d'entreprise qui dirigent une entreprise de restauration depuis plus de 3 ans (sous réserve d'acceptation du dossier).

## Qui contacter ?

Dans tous les cas, contactez votre banque.

Pour en savoir plus :  
[pmr.oseo.fr](http://pmr.oseo.fr)



www.infor.fr/solutions/hospitality  
solutions@infor.com  
01 69 47 68 55

# sur la Côte d'Azur

Fourniture et pose dans toute la France

Exemples de réalisations

- 
- 
- 
- 

**Du 4 au 7  
novembre  
2011**

**POUR VENDRE**

vos chambres sur internet

Le bouton qui fait la différence  
sur votre site internet

## Le Havre renouvelle les concessions de ses restaurants de plage

Sélection en cours

## Le prochain candidat représentant la France au Bocuse d'or sera connu le 6 mars 2012



Le Bocuse d'or France, sous la présidence de **Joël Robuchon**, se déroulera les 4 et 6 mars prochain à l'occasion des salons Européen/SuccessFood, à Paris Nord Villepinte. Les noms des candidats retenus pour cette première phase de sélection seront révélés début novembre. Les dossiers sont actuellement examinés par le jury. Les finalistes disposeront de cinq heures trente pour se démarquer à travers la préparation d'un plat de viande (poulet fermier à pattes

bleues Label rouge) et d'un plat de poisson (filet de sole et crevettes grises). En plus de se voir remettre un chèque de 15 000 € et un trophée Challenge Bocuse d'or France, le lauréat aura surtout l'honneur de représenter la France lors du Bocuse d'or Europe, à Bruxelles (20 et 21 mars 2012, dans le cadre du salon Horecalife) et lors du Bocuse d'or à Lyon (29 et 30 janvier 2013), si la France se place parmi les douze premières nations classées au Bocuse d'or Europe. **L. C.**

### UN JURY DE MOF ET GRANDS CHEFS

**Joël Robuchon** : président du jury - **Jérôme Jaeglé** : lauréat 2011 et vice-président  
**Gilles Goujon** : président d'honneur.  
**À la dégustation** : **Yannick Alleno** (Meurice, Paris), **Michel Roth** (Ritz, Paris), **Rasmus Kofoed**, lauréat du Bocuse d'or 2011 (Geranium, Copenhague), **François Adamski** (Le Gabriel, Bordeaux), **Christian Têtedoie** (Têtedoie, Lyon), **Régis Marcon** (Restaurant Régis et Jacques marcon, Saint-Bonnet-le-Froid), **Éric Bouchenoire** (Atelier Robuchon, Paris), **Philippe Gauvreau** (La Rotonde, Lyon), **Jean-Marie Gautier** (Hôtel du Palais, Biarritz), **Christophe Bacquié** (Montecristo, Castellet), **Alain Le Cossec** (institut Paul Bocuse, Écully).

## 3<sup>e</sup> édition

### Participez à l'opération 20 centimes par repas servi

L'association Restaurants sans frontières lance son opération '20 centimes par repas servi'. Une initiative caritative qui a pour but de monter des projets de construction, d'équipement ou de rénovation de cantines scolaires dans des régions où les enfants en ont le plus besoin. Le principe est simple : le restaurateur participant s'engage à reverser à Restaurants sans frontières 0,20 € par repas servi pendant la période de l'opération (du 3 au 12 décembre). Toutefois, le restaurateur participant peut faire durer la campagne sur une période plus longue. Libre à lui, également, de contribuer à un montant supérieur ou inférieur à 20 centimes par repas servi pour une meilleure cohérence par rapport à son établissement et à sa clientèle, si nécessaire. Par ailleurs, il déterminera les 'repas' concernés par l'opération : plat principal, menus, formules, plat spécial... En 2010, 45 000 € ont été récoltés et ont permis de financer la construction de deux cantines scolaires en Haïti et au Vietnam.

[www.restaurants-sans-frontieres.org](http://www.restaurants-sans-frontieres.org)

## En bref

### La Franche-Comté remporte le 18<sup>e</sup> concours charcutier-traiteur



De gauche à droite : **Laurent Lavée**, président du jury, **Bernard Pérot**, président adjoint de la CNCT, **Hugo Aujogues**, 1<sup>er</sup> prix Jeune Espoir 2011, **Jean-Charles Roger**, 1<sup>er</sup> prix Chef, **Joël Mauvigney**,

Le 1<sup>er</sup> prix dans la catégorie Jeune Espoir charcutier-traiteur a été attribué à **Hugo Aujogues**, exerçant à La Moderne, à Besançon (25), charcuterie et celui de Chef à **Jean-Charles Roger**, en poste à Lure (70), SARL Mennouvrier. Le thème : une tourte individuelle de cailles au chou vert, une terrine de cabillaud aux écrevisses parfumées au vin d'Arbois, un fromage de tête et un carré de porc caramélisé aigre-doux, avec sa garniture. Joël Mauvigney, président de la Confédération nationale des charcutiers-traiteurs, est optimiste : "Je me réjouis du nombre important de candidatures. Le métier de charcutier-traiteur est un métier d'avenir !"

## Journées professionnelles

### Arts de la table, unissez-vous

Unir tous les métiers des arts de la table sous une même bannière, telle est la mission de la Confédération des arts de la table. Celle-ci est en bonne voie si l'on se fie au colloque des arts de la table qui s'est déroulé du 9 au 11 octobre. Organisé en partenariat avec le comité Francéclat et la chambre de commerce et d'industrie du Loiret, ce colloque a permis aux différents acteurs du secteur de se rencontrer et d'échanger, autour



notamment d'études qui ont permis à chacun de mieux connaître son marché et les attentes des consommateurs. Ces journées de rencontres professionnelles ont été ponctuées par les interventions d'acteurs importants du secteur : **Tristan Benhaïm**, vice-président de Sociovision, **Guy Bessodes**, délégué général du comité Francéclat, **Raphaële Lacroix**, directrice

Mission : unir tous les métiers des arts de la table sous une même bannière.

générale de Quelle belle journée, **Laurence Malençon**, directrice générale de Rouge... Les participants ont pu se pencher sur les chiffres-clés du marché français pour imaginer les différents scénarios de l'évolution du marché. La dernière matinée a été l'occasion de participer à des groupes de travail autour de cinq préoccupations actuelles : le label France, luxe et montée en gamme, la santé, le développement durable, les circuits de distribution.

**TIPHAINE CAMPET**

<http://confederationdesartsdelatable.net>

**Orléans (45)** La grande rencontre annuelle des arts de la table s'est déroulée du 9 au 11 octobre.

# 12 Restauration/Rapide

Des plats basés "sur la qualité et la diversité"

**Lattes (34)** Avec sa nouvelle enseigne, le groupe lance un nouveau concept dédié aux pâtes. Cinq à six ouvertures sous franchise sont visées par an.

## La Casa se lance dans les Pasta's

Avec un 'bucket' (seau) de 600 g de pâtes à partager en famille, ou une 'cup mix' à déguster avec deux sauces, Pasta's "veut marquer sa différence". Le nouveau concept, que lance le groupe La Casa, s'appuie aussi "sur la qualité et la diversité".

Les sauces et farces sont imaginées par un "créateur culinaire", chef chargé de concevoir des recettes innovantes. Au menu : des pâtes classiques, telles que tortellini quatre fromages ou bœuf, mais aussi originales avec, par exemple, des pâtes sauce poulet whisky, ou farcies miel et châtaigne ou encore tomate confite et mozzarella. "Le concept prévoit une forte animation produits, avec des nouveautés et promotions régulières, pour ne pas laisser le client et le surprendre", explique **Alain Chevalier**, directeur général de CasaPizza, groupe créé en 1988 qui compte les enseignes La Casa Pizza Grill (31 franchises et 5 succursales) et La Casa Express.

Afin de s'affirmer sur le marché, l'enseigne proposera une offre non seulement à midi, mais aussi dès le petit déjeuner, et l'après-midi, "avec une gamme de desserts, smoothies, glaces, jus de fruits et chocolat chaud".

### 5 À 6 RESTAURANTS PASTA'S PAR AN

Pour se lancer sur ce créneau, le groupe La Casa avait acquis en 2010 l'enseigne Pasta Select devenu Pasta's en 2011 avec un concept qui prend aujourd'hui son envol. Celui-ci se développera en franchise, "avec de petites surfaces d'environ 50 m<sup>2</sup>" et "2 à 4 personnes". La première ouverture sous ce nouveau concept a eu lieu le 17 octobre à Bourges (18). L'objectif est d'ouvrir 5 à 6 restaurants Pasta's par an. "Plusieurs contrats sont en cours de signature dans différentes villes de l'Hexagone", précise Alain Chevalier.

TEXTE ET VIDÉO : PATRICK CROS



Retrouvez Casa Pasta en vidéo avec le mot-clé **RTR416870** sur le moteur de recherche de [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)



Le groupe La Casa, créateur des enseignes La Casa Pizza Grill et La Casa Express, élargit son offre en lançant Pasta's.

**Casapizza France** • Le Solis Bureaux Elytis - Centre d'Affaires Mistral • 34970 Lattes • Tél. : 04 67 99 30 00 • [www.grouplacasa.com](http://www.grouplacasa.com)

Des compositions sur mesure

## Lactuca, un bar à salades à croquer

Fille de marin, **Gaëlla Valenti** a fait son école hôtelière à Toulon avant de travailler à Brest dans différents restaurants. Au mois de juin dernier, elle a ouvert dans la cité du ponant Lactuca, un restaurant bar à salades, accueillant et qui propose des salades 'sur mesure'. Le concept a rapidement été apprécié. Le client choisit sa base de salade (laitue, mélangée, batavia...), ses 4 ingrédients préférés (tomates cerise, thon, surimi, poulet, maïs, carottes râpées, jambon...), l'assaisonnement (balsamique, légère,

miel-moutarde...). Et hop ! La salade est prête à être dégustée sur place ou à emporter.

### OUVERT UNIQUEMENT LE MIDI

Gaëlla propose 3 menus qui vont, suivant la composition, de 6,80 € à 9,80 €. Les desserts sont faits maison. Les sandwiches sont eux aussi sur mesure et, avec l'arrivée de l'automne, des menus soupe se profilent déjà. Les fruits et légumes proviennent essentiellement des Vergers du Ponant,

**Brest (29)** Gaëlla Valenti vient d'ouvrir le premier restaurant bar à salades de la cité du ponant.



Gaëlla Valenti propose des plats sur mesure.

décrit "une clientèle de 35 à 50 ans essentiellement féminine", même si les hommes hésitent de moins en moins à pousser la porte. Le restaurant bar à salades Lactuca est ouvert uniquement le midi. Gaëlla Valenti envisage de développer par la suite ce concept dans d'autres quartiers de Brest.

JEAN-YVES TOURNELLEC

fournisseur réputé tout proche de Brest. Lactuca comprend 18 places assises et une petite terrasse. L'ambiance y est très conviviale et le cadre reposant. Gaëlla

**Lactuca** • 12 rue Louis Pasteur • 29200 Brest • Tél. : 02 98 41 77 64

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



Une mercuriale complète classifiée, multi-fournisseurs,

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

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

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

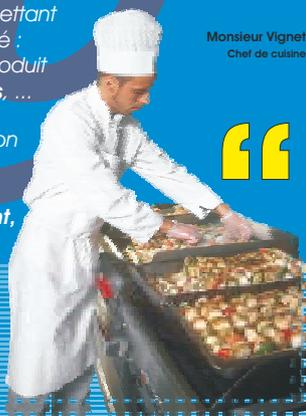
De nombreux modules d'analyses permettant une visualisation instantanée de l'activité : valorisation de stock, statistiques par produit ou par groupe de produit, HACCP, ratios, ...

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

Rejoignez les 3500 utilisateurs de

**FTBE Pro V8**

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



Monsieur Vignot  
Chef de cuisine



Dans le Finistère

Christophe Beuriot (crêperie La Frégate au Faou) a remporté la médaille d'or.

## Un concours de crêpiers très pro

Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, les professionnels crêpiers du Finistère organisaient "le seul et unique concours réalisé par des professionnels pour des professionnels, car chaque candidat doit absolument être propriétaire ou salarié d'une crêperie en activité", insiste **Gilles Stéphan**, président de la fédération de la crêperie du Finistère et lui-même crêpier au Champ des sirènes à Plomeur. **Christophe Beuriot**, de la crêperie La Frégate au Faou a remporté la médaille d'or ainsi qu'un week-end dans un Relais & Châteaux, suivi par **Laurent Bréhier** de la crêperie Le Mole à Lampaul-Plouarzel alors que la 3<sup>e</sup> place revenait à **Natacha Gérard**, Auberge de la crêpe à La Feuillée.

Lors de la finale, les candidats devaient réaliser une crêpe de blé noir et une de froment beurrées ainsi que deux crêpes de blé noir et de froment composées selon un panier imposé. Christophe Beuriot a travaillé son blé noir avec des Saint-



De gauche à droite : **Christophe Beuriot**, **Laurent Bréhier**, **Natacha Gérard**.

Jacques, courgettes, pommes de terre, carottes, échalotes... le tout relevé de vanille. Sa crêpe de froment était quant à elle réalisée à partir d'une poire au vin rouge et cannelle. **OLIVIER MARIE**

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

Comment nous contacter ?  
Email : [mdb@mdb-multimedia.fr](mailto: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)

↗ + 8,39 % ACCOR   
 ↗ + 1,58 % SBM   
 ↘ - 26,62 % HÔTELS DE PARIS   
 ↘ - 1,27 % CLUB MED   
 ↘ - 10,64 % GROUPE PARTOUCHE

# Hôtellerie

Une stratégie pragmatique

**Perros-Guirrec (22)** Rouvert en juin 2005, après un rachat puis une rénovation complète, L'Agapa vient d'obtenir sa 5<sup>e</sup> étoile.

## L'Agapa, au firmament des hôtels bretons

Si **François Ohlmann**, directeur de l'Agapa, ne cache pas sa fierté devant son nouveau classement en 5 étoiles, il concède que tout a été mis en œuvre pour l'obtenir. Depuis sa réouverture en 2005, cet hôtel a été totalement transformé. La gestion de l'exploitation a en effet été confiée à une société avec à sa tête **Valérie et Antoine Dhénin**. Tous deux avaient de grandes ambitions pour l'établissement. Ils ont tout mis sur le confort et le service pour donner à cet ancien hôtel saisonnier des années 1930, une image et une deuxième vie d'hôtel de luxe. Toutefois, la Bretagne n'est pas Paris et l'hôtel peine à démarrer. "Quand je suis arrivé en 2006, déclare François Ohlmann, j'ai eu pour mission de relancer l'hôtel." Le directeur, fort

d'années d'expérience professionnelle, notamment au sein du groupe Barrière, se focalise sur la restauration. "Nous devions d'abord nous faire connaître localement et la restauration crée très vite du bouche à oreille." Le recrutement du chef **Mickaël Tanguy**, meilleur espoir de la région Bretagne, est une révélation. "Nous avons gagné notre réputation et la qualité a fait le reste", ajoute François Ohlmann.

### REPOSITIONNEMENT

François Ohlmann adopte la même stratégie pour l'hôtel et le spa. "Il faut d'abord fidéliser notre clientèle de proximité, estime-t-il." Aujourd'hui, 80 % de la clientèle de l'Agapa est française et 70 % vient des départements limitrophes. L'obtention de la première

5<sup>e</sup> étoile de la région, l'étoile *Michelin* obtenue par le restaurant en 2010 et les trois toques *GaultMillau*, sans négliger le spa de 400 m<sup>2</sup> signé Nuxe constituent autant de séduisants atouts pour faire venir du monde le week-end ou en courts séjours.

Aujourd'hui, l'Agapa a équipé ses chambres de packs technologiques, a choisi une décoration minimaliste et une cuisine très haut de gamme. Depuis 2007, l'hôtel a décollé : le chiffre d'affaires est passé de 2,3 M€ HT en 2007 à 3,6 M€ HT en 2010, avec une augmentation de 8 à 10 % en 2011. Dès 2012, l'hôtel devrait également afficher un RevPAR en hausse "qui devrait être boosté par notre adhésion à la chaîne *Small Luxury Hotels*", précise François Ohlmann.

ÉVELYNE DE BAST



À l'Agapa, 80 % de la clientèle est française et 70 % vient des départements limitrophes.

**L'Agapa** • 12 rue des Bons Enfants • 22700 Perros-Guirec • Tél. : 02 96 49 01 10 • [www.lagapa.com](http://www.lagapa.com)

## Des prestations soignées pour un établissement économique

Hôtel de 60 chambres dans l'une des communes les plus dynamiques des Bouches-du-Rhône, cet établissement vient s'ajouter à un réseau qui compte déjà 235 établissements en France.



Entre **Anne et Amor Sassi**, le couple d'hôtelier gérants qui a financé le Première Classe d'Istres, **Jean-Marie Tran Van**, directeur des opérations franchise de Louvre Hôtels.

L'enseigne économique de Louvre Hotels vient d'ajouter 60 chambres à Istres, portant la capacité hôtelière de la zone commerciale du Tubé à environ 200 chambres. Celle-ci en est à sa troisième phase de réalisation, selon la municipalité. La rapidité avec laquelle cette zone a jailli de terre illustre bien le dynamisme de cette commune des Bouches-du-Rhône. Financé par le couple d'hôteliers gérants **Amor et Anne Sassi**, l'hôtel a été confié en gérance mandat à **Vincent Renou** et son épouse. La présence de l'armée à proximité avec la base 125 toute proche, constitue un atout majeur pour l'hôtel.

## Prix d'excellence pour le Première Classe d'Istres

La grande muette joue un vrai rôle de prescripteur. "Nous avons rempli l'hôtel pendant le mois d'octobre avec des militaires américains, déclare Vincent Renou. Le potentiel de militaires est impossible à chiffrer mais certainement non négligeable."

### UNE CHAMBRE TOUT CONFORT POUR 46 €

Pour le jeune gérant, le plus important demeure le produit. L'hôtel plaît : son taux d'occupation a atteint 76 % pendant le mois de septembre, après seulement deux mois d'ouverture. Il offre des prestations plutôt rares dans l'hôtellerie économique. "Nous avons soigné trois types de prestations, précise Amor Sassi : le couchage avec des matelas Dunlopillo de 160 cm de large, des oreillers à mémoire de forme, des vraies salles de bains avec douche à trois jets et WC suspendus, et, enfin, des écrans plats de 32 pouces." Cerise sur le gâteau, les chambres font 16, 50 m<sup>2</sup>, autre exception pour du 2 étoiles. L'investissement (hors foncier) revient à 2,5 M€ au niveau de la construction et des aménagements. L'hôtel est l'un des meilleurs rapport qualité-prix de l'agglomération. "Nous avons un prix à la chambre de 46 €", déclare Amor

Sassi. Le couple qu'il forme avec son épouse Anne est dans la profession depuis quinze ans. Aujourd'hui, ils président à la bonne fortune d'un hôtel qui obtient de très bons résultats. Lors de son inauguration, le maire d'Istres, **François Bernardini**, n'hésitait pas à le qualifier, non sans fierté d'"*as de la Première Classe*".

É. DE B.

**Première Classe Istres** • ZAC du Tubé Retortier • Avenue Régis Huillier • 13800 Istres • Tél. : 08 92 23 20 57 • [www.premiere-classe-istres.fr](http://www.premiere-classe-istres.fr)

**Avec Contact Hôtel une Hôtellerie de groupes : qualité assurée, coût maîtrisé, 16 hôtels partout en France vous accueillent pour vos voyages !**

Brochure diffusée auprès des voyagistes et autocaristes

Info au : 33(0)3 25 45 98 67  
ou par mail : [contact@contact-hotel.com](mailto:contact@contact-hotel.com)



Grâce à un "joker de luxe"

**Auch (32)** Chez les Casassus-Builhé, la cuisine est une affaire de famille : les trois frères se réjouissent du renfort de leur père.



De gauche à droite : Vincent, Jacques (le père) et Bruno. Manque Fabien, le troisième frère Casassus-Builhé.

## Un quatuor de choc à l'Hôtel de France

Notre père, Jacques, professeur de cuisine, vient nous aider le week-end. C'est notre joker de luxe", s'exclame Vincent Casassus-Builhé. À 29 ans, le plus jeune de la fratrie Casassus-Builhé s'est porté acquéreur en 2009, avec sa compagne Lucie Mouget, de l'Hôtel de France, l'établissement emblématique de la région auscitaine, rendu célèbre par André Daguin. Le jeune couple était depuis 2006 à la tête du Relais du Pont à Gimont et de la brasserie La Cocotte à Auch (32). En 2010, Fabien, 34 ans, a pris en charge

la pâtisserie, après avoir vécu dix ans à New York. Il a été suivi par Bruno, 35 ans, directeur de la restauration. La restauration et l'hôtellerie ont toujours rythmé la vie des Casassus-Builhé, dont la famille est propriétaire de l'Hôtel Dupont à Castelnau-Magnoac, entre Auch et Lannemezan. "On y a tous travaillé", souligne Vincent, ancien de Bernard Pacaud et de Jean-François Piège.

Le renouveau de l'Hôtel de France (29 chambres, un restaurant, une brasserie) n'a pas été facile, compte

tenu de la personnalité d'André Daguin et de l'échec du cuisinier qui lui avait succédé. "Nous sommes d'ici, nous nous inscrivons dans la durée", assure Bruno. Les trois frères ambitionnent de créer à Auch un lieu qui rassemblera restauration et artisans des métiers de bouche pour promouvoir la gastronomie gersoise.

BERNARD DEGIOANNI

**Hôtel de France** • Place de la Libération • 32000 Auch • Tél. : 05 62 61 71 71 • [www.hoteldefrance-auch.com](http://www.hoteldefrance-auch.com)

## À Avignon

### La prison Sainte-Anne devient un Marriott 5 étoiles

Marriott et le promoteur aixois Generim ont investi 36 M€ pour la transformation de la prison Sainte-Anne d'Avignon. Ce bâtiment, classé monument historique situé aux pieds des remparts de la cité des Papes, est appelé à devenir un hôtel de 112 chambres dont 20 suites. Une salle de congrès de 700 places, une piscine extérieure, un hammam et un parking souterrain de 51 places sont également prévus. L'ouverture de l'établissement est programmée pour fin 2013, début 2014.

## Année faste

### Le George V élu meilleur hôtel d'Europe

Le guide Andrew Harper's *Hiway Report* a élu le Four Seasons Hôtel George V (Paris, VIII<sup>e</sup>) meilleur hôtel d'Europe. Le guide se base sur des visites mystères effectuées par des chefs d'entreprise et des cadres supérieurs. L'année 2011 est riche en récompenses pour l'hôtel. En effet, il a également remporté des prix décernés par d'autres guides comme le *Condé Nast Traveler* et a reçu le titre de palace.

L'espace ACTUALITES le bon réflexe pour retrouver l'actualité

[www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

## 'Asset light'

### Accor se sépare des murs de sept Suite Novotel



Poursuivant sa politique d'asset light', Accor annonce la cession des murs de 7 Suite

Novotel représentant 930 chambres, pour un montant de 77 M€. La vente a été réalisée auprès d'un consortium d'investisseurs institutionnels français, au travers d'un OPCI (organisme de placement collectif en immobilier) géré par la Française Rem et Aream. Ces hôtels sont situés à Issy-les-Moulineaux (92), Rueil-Malmaison (92), Vélizy (78), Paris porte de la Chapelle (XVIII<sup>e</sup>), Roissy Charles-de-Gaulle (95), Lille (59) et Cannes (06). Cette vente laisse à Accor la gestion des hôtels en location variable pour un loyer égal à 23 % du chiffre d'affaires annuel en moyenne, sans minimum garanti. Le bail est de douze ans renouvelable 6 fois à l'initiative d'Accor, le nouveau propriétaire assurant la charge des investissements d'entretien, les frais d'assurance et les taxes foncières.

## Une bouffée d'oxygène

Une société qatarienne, filiale du fonds d'investissement souverain de l'émirat, est entrée au capital de la SBM à hauteur de 5,94 %.

## La Société des bains de mer s'ouvre au Qatar

La Société des bains de mer (SBM) de Monaco suscite les convoitises. La montée au capital d'une société qatarienne, la QD Hotel & Property Investment LTD au travers d'une filiale à 100 % de la Qatari Diar Real Estate Investment Company, fonds d'investissement de l'émirat, le prouve.

### BOUFFÉE D'OXYGÈNE

Cette prise de participation, à hauteur de 5,94 % du capital, résulte d'un achat d'actions réalisé le 14 octobre dernier, hors marché. Pour la SBM, cela constitue une

bouffée d'oxygène. L'entreprise monégasque peine en effet à trouver un équilibre financier, même si les résultats de l'activité hôtelière sont bien meilleurs en 2011. L'activité casino pénalise les résultats et est responsable d'une chute du chiffre d'affaires de 3 % entre 2010 et 2011, de 374,1 M€ à 361,7 M€. L'arrivée des Qataris dans le capital de la SBM fait suite à une

première tentative avortée en 2008. En augmentant



Le Beach Plaza Monaco, l'un des établissements de la SBM.

ses interventions dans le capital de sociétés différentes ou en créant de nouvelles, immobilières ou hôtelières, l'émirat est déjà très présents sur le Rocher. Une présence encore accrue par l'arrivée de Qatar Airways à l'aéroport de Nice.

ÉVELYNE DE BAST



## Esprit club et nouvelle clientèle Le Saint James Paris sort de l'ombre

**Paris (XVI<sup>e</sup>)** L'établissement vivait caché, n'ouvrant ses portes qu'à une poignée de happy few. Aujourd'hui, cette demeure d'exception a décidé de dévoiler ses 48 chambres dans un écrin signé Bambi Sloan.

Ce n'est pas le seul endroit où les personnalités du CAC 40 se retrouvent, mais c'est le plus discret. Comme à Chambord, l'on accède à l'hôtel et au restaurant par une porte cochère. C'est sans doute cet esprit d'hôtel 'maison' qui a tant plu à la décoratrice **Bambi Sloan**. La famille **Bertrand**, propriétaire du Saint James, lui a donné pour consigne d'en conserver l'esprit 'maison d'hôte', ce qui ne l'a pas empêchée d'apporter un vrai souffle de modernité à l'ensemble. Rhabiller une demeure historique n'est pas chose facile. L'esprit d'artiste de Bambi Sloan lui a permis de trouver l'inspiration dans ces espaces et cette architecture travaillée de style Napoléon III. "Chacune des 48 chambres est différente", rappelle **Yves Monnin**, directeur des lieux. Une recherche spécifique a été menée au niveau des luminaires, des tissus, voire des papiers peints. Comme celui de l'escalier, orné de montgolfières, clin d'œil au passé du pavillon, construit en 1892 sur la première piste de décollage des montgolfières à Paris. Sans oublier ces appliques flamme en faux cristal sur le mur ou en bulles transparentes, ainsi que la délicate suite opaline créée en hommage à l'antiquaire et décoratrice **Madeleine Castaing**...

### 75 % DE TAUX D'OCCUPATION

Cette transformation séduit les fidèles mais également une nouvelle clientèle de loisirs. "Nos prix moyens oscillent autour de 440 €", déclare le directeur. Les privilégiés du club (800 adhérents pour une cotisation de 1 600 € par an, et un droit d'entrée de 1 000 €) ne paient pas ce prix-là et adorent recevoir



leurs invités dans des chambres en duplex voire de petits appartements. "La surface moyenne des chambres est de 50 m<sup>2</sup>", précise Yves Monnin, et nous n'avons que 13 chambres en-dessous de cette moyenne." Un service 5 étoiles est assuré avec dîner servi à table. "Nous avons augmenté nos adhésions récemment avec des chefs d'entreprises, ravis de pouvoir recevoir leurs clients ou leurs collaborateurs en toute discrétion", précise le directeur. "Nous avons réalisé entre 6 et 7 M€ de travaux", précise le directeur. Yves Monnin compte par exemple sur le retour de la clientèle américaine, mais aussi anglaise, belge, suisse, allemande.

"Chacune des 48 chambres est différente", rappelle **Yves Monnin**, directeur des lieux. Celle-ci rend hommage à la décoratrice **Madeleine Castaing**.

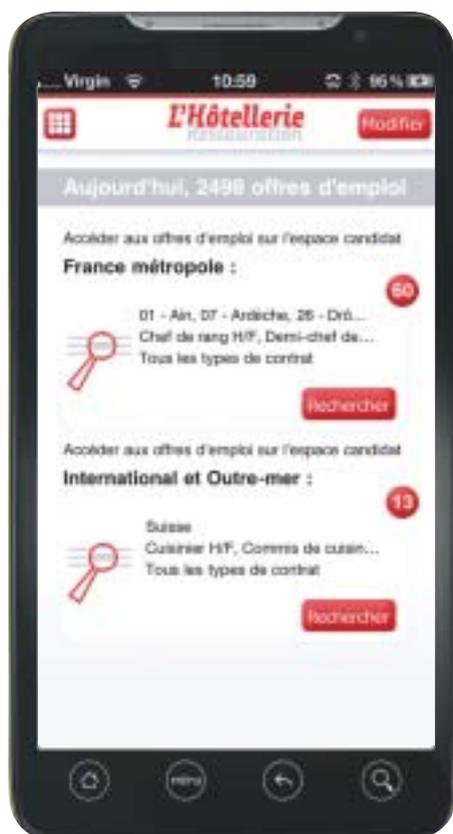
Si l'esprit club demeure prioritaire, "nous avons aussi besoin de nous diversifier, d'autant que cette clientèle-là est différente et parfaitement complémentaire", précise le directeur. "Plus jeune, plus familiale, elle ne nuit en rien à notre clientèle traditionnelle qui vient à midi et qui dîne la plupart du temps dans ses

appartements le soir." Aujourd'hui, l'établissement réalise 75 % de taux d'occupation sur les mois de septembre-octobre. "Nous avons aussi un spa, lui aussi entièrement rénové, et dédié uniquement à la clientèle de l'établissement". Le spa propose même une gamme de soins à base d'oligo-éléments tirés de pierres précieuses, baptisée Gemology. Plus qu'une transformation : le Saint James renaît.

**ÉVELYNE DE BAST**

**Le Saint James** • 43 avenue Bugeaud • 75116 Paris  
• Tél. : 01 44 05 81 81 • [www.saint-james-paris.com](http://www.saint-james-paris.com)

## Votre emploi, apprentissage, stage, extra à portée de main



- Télécharger l'application LHR Emploi pour iPhone et Android.
- Accéder à [m.lhotellerie-restauration.fr](http://m.lhotellerie-restauration.fr) (site optimisé pour les mobiles).



- Cibler les offres d'emploi qui vous intéressent.
- Envoyer votre CV.
- Accéder aux conseils CV et à l'info emploi.

**L'Hôtellerie**  
Restauration

Plus d'infos sur [www.lhotellerie-restauration.fr/emploi/application-mobile-pour-smartphone.htm](http://www.lhotellerie-restauration.fr/emploi/application-mobile-pour-smartphone.htm)





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  
Contactez-nous au 01 83 62 03 35

ChrOffice  
Le logiciel sur mesure

**sirocco**  
WEB

Sirocco® web est un produit des Établissements Sogal  
www.siroccoweb.net

Pourquoi investir dans un produit complexe ?  
Avec Sirocco Web, découvrez la simplicité de la gestion hôtelière en ligne !

Un ordinateur, une connexion internet et votre navigateur web habituel : vous êtes prêt à gérer votre hôtel avec www.siroccoweb.net !

- Planning interactif des réservations, pour maximiser votre taux d'occupation.
- Facturation en temps réel, pour optimiser votre trésorerie.
- Interface intuitive.

Aucun investissement, aucun engagement.

1 mois gratuit pour toute inscription

\* Minimum de facturation : 45 € par mois.

easy SOFT

Un savoir-faire traditionnel au service de la gastronomie

**le fumet des dombes**

Thon, espadon et flétan fumé  
Truite, carpe et esturgeon fumé  
Saumon fumé biologique  
et Label Rouge

Z.I. de Sure • 01390 St André de Corcy  
Tél. 04 72 26 44 42 • Fax 04 72 26 49 04  
E-mail contact@lefumetdesdombes.com

www.lefumetdesdombes.com

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

**PRORESTEL**  
www.prorestel.com

Du 26 au 28  
FÉVRIER 2012

- SAINT-MALO •
- ESPACE DUGUAY TROUIN

Un salon organisé par

**GeHo**  
Gestion Hôtelière  
LOGICIELS

**BORNES**

**GeHo**

**SERRURES**  
Codes-Cartes

RESERVATION  
FACTURATION  
ACHATS-STOCKS

Réser-Centralisée ... Réserve  
Solutions adaptées...

Interface Winkey (Oracode-Clavotel)  
Interface Borne (DAC) Ariane System

geho@geho.fr  
08.20.20.6.7.8.9

# □ Courriers des lecteurs

Une question ? Rendez-vous sur les Blogs des Experts de Pascale Carbillet

sur [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

## Pas de périmètres de protection pour les licences restaurant

Je vais ouvrir un salon de thé (code APE 5610A) dans les Hauts-de-Seine et mon local est adjacent à une école maternelle. Je souhaitais demander une licence 2, mais je ne sais pas si, dans mon département, les écoles sont incluses dans la zone de protection (impossible d'avoir le renseignement à la préfecture ou à la mairie !). Pouvez-vous me renseigner ? Dans le cas où cette école est protégée, la protection s'applique-t-elle de la même façon avec une petite licence restaurant ?

CHRIS

L'article L3335-1 du code de la santé publique fixe une liste d'établissements autour desquels il peut être instauré un périmètre de protection, au sein duquel il devient alors interdit de créer ou de transférer un débit de boissons à consommer sur place exploitant une licence II, III ou IV. Il appartient au préfet de déterminer la distance de ce périmètre de protection. Il doit obligatoirement en instaurer un autour des établissements de santé, des stades, piscines et terrains de sports.

Dans les Hauts-de-Seine, un arrêté préfectoral du 26 décembre 1990 fixe à 75 mètres la distance d'implantation entre un débit de boissons et les établissements suivants :

- cimetières ;
- établissements de santé, maisons de retraite et tous établissements publics ou privés de prévention, de cure et de soins comportant hospitalisation ainsi que les dispensaires départementaux ;
- établissements d'instruction publique et établissements

scolaires privés ainsi que tous établissements de formation ou de loisirs de la jeunesse ;

- établissements pénitentiaires ;
- casernes, camps, arsenaux et tous bâtiments occupés par le personnel des armées de terre, de mer et de l'air ;
- piscines, stades, terrains de sport publics ou privés ;
- bâtiments affectés au fonctionnement des entreprises publiques de transport, à l'exception des stations du réseau express, pôle d'activité commerciale.

En revanche, pour les édifices consacrés à un culte quelconque, la distance à respecter n'est que de 60 mètres. Comme vous pouvez le constater, vous ne pouvez donc pas ouvrir un débit de boissons exploitant une licence II à proximité d'une école. En revanche, avec une licence restaurant, vous n'êtes pas soumis à la réglementation des périmètres de protection. En effet, l'article 3331-2 du code de la santé publique prévoit clairement que les

établissements titulaires d'une licence restaurant ne sont pas soumis à la réglementation établie en application de l'article L3335-1. Il en existe deux : la petite licence restaurant, qui vous permet de vendre les boissons des 2 premiers groupes, et la licence restaurant proprement dite, qui vous permet de servir toutes les catégories de boissons. En revanche, l'utilisation de ces licences est plus restrictive, car elles ne vous permettent de servir des boissons qu'à l'occasion des repas et en accompagnement de la nourriture. Donc, pour pouvoir utiliser une petite licence restaurant dans votre établissement, il faut que vous proposiez des produits qui soient assimilés à un repas, comme par exemple des tartes salées ou des salades. Si vous vous contentez de proposer uniquement des produits de pâtisserie ou de boulangerie, vous allez au-devant de problèmes.

**Blog des Experts 'Droit et réglementation en CHR'**

## Quels établissements peuvent faire de la revente de tabac ?

Propriétaire d'un hôtel en zone rurale, je voudrais pouvoir faire de la revente de tabac pour ma clientèle. Est-ce possible ?

T. P.

En France, la vente du tabac est un monopole d'État, et celle-ci est en principe réservée aux seuls débitants de tabac. Cependant, la réglementation autorise certains établissements à revendre du tabac dans le cadre de leur activité. Cette revente n'est alors autorisée qu'à destination des seuls clients et usagers de l'établissement, au titre d'un service complémentaire. Cette pratique est strictement réglementée par un décret du 28 juin 2010. En outre, elle est réservée à certaines catégories d'établissements : les débits de boissons à

consommer sur place, titulaires d'une licence de 3<sup>e</sup> ou 4<sup>e</sup> catégorie effectivement exploitée, ou les établissements titulaires d'une licence restaurant proprement dite, conformément aux articles L3331-1 et suivants du code de la santé publique. Donc, si votre hôtel ne dispose pas d'une licence de débits de boissons de 3<sup>e</sup> ou 4<sup>e</sup> catégorie, vous ne pouvez pas prétendre à pratiquer la revente de tabac.

**Blog des Experts 'Droit et réglementation en CHR'**

9,10€

Taux horaire minimum conventionnel

9,00€

Taux horaire Smic

3,36€

Valeur du repas

2946€

Plafond Sécu

1583

Indice du coût de la construction. Révision : + 1,98 % renouvellement : + 36,97 %

9,7%

Taux de chômage au 1<sup>er</sup> trimestre 2011

# Juridique

La prudence prévaut

Une lecture attentive du bail sera précieuse car, même s'il n'existe pas de contrat spécifique, la direction du centre peut imposer certaines contraintes à prendre en compte lors de la signature.

## Comment installer son restaurant dans un centre commercial

Il arrive que les centres-villes ne soient pas accessibles ou trop chers pour envisager l'installation d'un nouvel établissement. Dans ces conditions, un centre commercial peut être une bonne solution. Il n'y a pas de bail spécifique pour une installation dans un centre commercial. Plusieurs situations existent :

- si vous reprenez un fonds de commerce en activité, cette démarche ne pose de problème. Une franchise peut faciliter l'installation dès lors qu'elle a une bonne notoriété ;
- si vous prenez à bail un emplacement qui se libère à la suite d'une cessation d'activité, il faut présenter un projet correspondant aux objectifs de la direction du centre commercial et obtenir son accord pour s'implanter. Dans ce cas, les gestionnaires ont des prétentions plus modestes que lors de l'ouverture car ils souhaitent avant tout qu'il n'y ait pas d'emplacement vide. Ils peuvent se montrer plus conciliants sur le montant du loyer et ne pas demander de ticket d'entrée ;
- s'il s'agit de participer à l'ouverture initiale d'un centre commercial, ses patrons seront plutôt enclins à signer avec un restaurant franchisé. En général, ils sont bien informés de la marche des différentes enseignes puisqu'ils perçoivent une partie du loyer sous forme de pourcentage de chiffre d'affaires.

Quand il s'agit d'une ouverture de centre commercial, il n'y a pas lieu de payer un droit au bail. Mais il faudra alors s'acquitter de ce qu'on appelle un 'ticket d'entrée' dont le montant varie entre un et deux ans de loyer.

### QUELLES SONT LES CLAUSES IMPORTANTES À PRÉVOIR DANS CE TYPE DE BAIL ?

Comme pour tout autre bailleur commercial, l'article 1719 du code civil prévoit que le bailleur a l'obligation de délivrer la chose louée au preneur, d'entretenir cette chose en état de servir à l'usage pour lequel elle a été louée, et d'en faire jouir paisiblement le locataire pendant la durée du bail.

On en déduit pour le bailleur d'un centre commercial l'obligation d'entretenir les parties communes dont dépend l'attractivité du centre commercial ou de la galerie.

Sachez que vous devez vous soumettre à la discipline du centre commercial, donc parfois rester ouvert pendant toute la plage horaire du centre ou de la galerie : cela conduit bien souvent un restaurateur à être également cafetier, brasseur et salon de thé ou inversement.

Certains éléments n'entrent pas dans votre bail, tel l'environnement commercial des locaux loués. Il faut donc vous montrer prudent lorsque vous vous installez



© THINKSTOCK

dans ce type d'ensemble en repérant l'environnement, les dessertes en transports publics, l'augmentation potentielle ou non de la population chalande et l'existence ou non d'un pôle d'attraction autre que le centre ou la galerie dans les alentours.

S'il n'y a pas de stipulations spécifiques dans le contrat dans le sens d'une obligation supplémentaire du

bailleur type : "mettre tout en œuvre pour assurer le maintien d'un environnement commercial favorable au locataire", vous ne pourrez pas tirer argument de la désertification du lieu pour vous libérer du bail.

Lorsque le bail ne stipule que l'exploitation d'un café-bar, si vous étendez votre activité à celle de crêperie par exemple (de manière à vous plier aux exigences d'horaires du centre ou de la galerie), vous risquez de voir votre indemnité d'éviction calculée sur la seule activité autorisée par le bail de café-bar.

Il vaut donc mieux prévoir dans le bail une clause d'élargissement des activités possibles au cours de l'exercice et d'y joindre en fonction de l'évolution de votre activité une clause modificative.

Mieux vaut être prévenu : le bailleur peut se protéger contre l'échec du centre ou de la galerie commerciale en insérant une clause selon laquelle le nombre de locaux

commerciaux au sein d'un centre commercial est susceptible de varier en fonction de la conjoncture et des critères de commercialité. Il ne sera donc pas tenu pour responsable des aléas économiques. Cette clause n'est pas jugée abusive par les juridictions. En revanche, la clause qui prévoit l'obligation pour le restaurateur ou le cafetier d'adhérer à

une association de commerçants et de maintenir son adhésion pendant toute la durée du bail est nulle. Pour conclure, on notera que bien que les clauses à prévoir dans ce type de bail sont nombreuses pour une installation sereine, ce choix d'emplacement peut s'avérer très payant.

M<sup>re</sup> LUCIE BRUNEAU

CABINET MENANT ET ASSOCIÉS

### VOTRE PARTENAIRE CULINAIRE

Une technique exclusive !



Boîte fouet dotée d'une construction interne entièrement métallique

Couteau et pied démontables, une exclusivité robot-coupe



robot coupe®

Contactez-nous  
E-mail : marketing@robot-coupe.fr  
Tél.: 03 85 69 50 00

“Nous sommes tous dans le même bateau”

Ses initiatives en termes de formation, de vie nocturne, de classement et de développement durable ont été présentées lundi 17 octobre durant l'assemblée générale du syndicat.

## L'Umih 69 a le vent en poupe

La qualité, c'est aussi proposer des formations à la mesure des professionnels”, affirmait **Laurent Duc**, le président de l'Umih 69, et, au niveau national, de la branche hôtelière, à l'occasion de l'assemblée générale du syndicat du Rhône. Il dévoilait les futurs locaux de l'Umih 69, qui accueilleront le centre de formation de Lyon. Il saluait ensuite l'arrivée au sein du syndicat de **Pierre Chambon**, pour représenter les établissements de nuit. Mais aussi son travail avec le maire et la préfecture : “C'est une approche différente et on s'en félicite.” La qualité de la vie nocturne mise en avant lors du Sirha avait été reconnue par les professionnels et institutionnels.

### CHARTRE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Laurent Duc confiait ensuite que l'Umih travaillait déjà à l'édition 2013 du Sirha et souhaitait convaincre le GNC d'organiser son concours de service en salle, sur le stand de l'Umih. Avant de passer la parole à **Sophie Chauveau** : “Faites très attention”, alertait la responsable administrative de l'Umih 69, en allusion au forcing de cabinets d'hygiène qui tarifent, pour ce contrôle, un abonnement à l'année, alors qu’“une journée suffit”. Intervenant au nom d'Umih Formation, **Jérémy Barszczak** constatait ensuite : “Beaucoup trop de personnes n'utilisent pas leur budget formation.” Et présentait un nouvel outil, un catalogue de formations, incluant notamment des sessions sur les nouvelles normes hôtelières. **Cyrille Perrier**, vice-président des



De g. à d. : **Laurent Duc**, **Philippe Villalon** et **Cyrille Perrier** présentent les chiffres de l'enquête ‘La Restauration Française, un accélérateur de croissance’.

restaurateurs, soulignait une spécificité du Rhône : “La signature de la charte du développement durable est unique en France. Aujourd'hui, je lance un appel à tous les hôteliers et restaurateurs pour soutenir et adhérer à cette charte.” Avant de laisser la parole à **Philippe Villalon**, président de la Fédération nationale de la restauration française. “Cafetiers, hôteliers, restaurateurs, nous sommes tous dans le même bateau”, rappelait-il, avant de présenter les bénéfices de l'harmonisation de la TVA à 5,5 %, en termes d'emplois, de revenus directs et induits pour l'État. **Philippe Villalon** soulignait également une information donnée par la Cour des comptes : “En l'absence de la baisse de la TVA en restauration, les prix n'auraient pas été stables, et auraient probablement continué à augmenter.” Intervention très applaudie. Puis maître **Vernion**, avocat, rappelait son rôle au sein de l'Umih 69 et prévenait : “Ce n'est pas parce que vous êtes victime d'une fermeture administrative que tout est perdu.”

L'accent mis sur l'impératif pour les hôteliers de se classer avant janvier 2012 était rappelé par **Laurent Jaumes** : “Si vous ne l'êtes pas, vous serez obligés de faire tomber toutes vos étoiles. Je rappelle que le 0 disparaît et que le 5 apparaît.” Satisfecit toutefois pour le Rhône : avec 51 établissements classés, le département est au dessus de la moyenne nationale.

Laurent Duc revenait ensuite sur la sécurité, rappelant qu'il était parfois moins coûteux d’“encloisonner” un escalier que d'installer des détecteurs de fumée et ce dossier qui préoccupe la profession : “Nous avons demandé à la ville de Lyon de réharmoniser la taxe de séjour...” La balle est dans le camp municipal. **SOPHIE SENTY**

## Vie nocturne : l'Umih Rhône retrouve ses manches

Après l'arrivée de **Pierre Chambon** au sein de l'Umih du Rhône, c'est au tour de **Thierry Lahon** de rejoindre le syndicat. **Laurent Duc** l'annonçait officiellement pendant l'AG de l'Umih du Rhône, et rappelait le travail de ce dernier, secrétaire de l'association Sauvez la

nuit. **Pierre Chambon** et **Magali Vincent**, présidente des cafés et brasseries, évoquaient les initiatives pour faire évoluer la qualité de la vie nocturne lyonnaise, telle la demi-heure blanche. Et malgré les difficultés, un dialogue réamorcé avec la mairie et la préfecture. Qui

se poursuit. En novembre, le préfet rencontrera les représentants des établissements de nuit, pour évoquer le problème de drogue qui pénalise les établissements à leur insu. “Nous avons avancé mais la route est longue”, concluait **Pierre Chambon**.

“Il faut de l'événementiel”

## Vendée : une année 2011 comparable à 2010

### L'Hôtellerie Restauration : Comment jugez-vous l'année 2011 ?

**Joël Giraudeau** : Globalement, elle devrait être du niveau de 2010. Sur la côte, avril et juin ont été en progression avec un mois de mai en baisse. Nous avons eu le Tour de France. Cela représente plus de 2 500 nuitées sur quatre jours. Fin juin, des équipes sont aussi venues en repérage. Début août, les plannings hôteliers étaient remplis aux deux tiers seulement. Il y a eu beaucoup de dernière minute. Ce qui progresse, ce sont les courts séjours, deux à trois nuits en moyenne. Nous devons casser les semaines. Ce phénomène demande une gestion nouvelle du personnel. Le consommateur se décide également en fonction de la météo. La haute saison diminue au profit d'un allongement de la saison. Même en été, nous rencontrons des pics sur le week-end. En 2008, les comportements ont changé, avec une restriction du pouvoir d'achat et des besoins en téléphonie qui augmentent. Nous vivons des mutations et des



des animations. Saint-Jean-de-Monts a su renouveler son image en créant de nouveaux équipements, la municipalité des Sables d'Olonnes s'est dotée de zones piétonnes supplémentaires et de terrasses... Les gens ont besoin qu'on leur propose quelque chose. La professionnalisation

Trois questions à **Joël Giraudeau**, président de l'Umih Vendée.

PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVIE SOUBES

**Joël Giraudeau**, président de l'Umih Vendée.

repositionnements budgétaires certains.

### Que veut le touriste aujourd'hui ?

Les gens ne vont pas à l'hôtel pour s'ennuyer. Il faut de l'événementiel,

des offices de tourisme est importante. Une vraie stratégie de station est nécessaire, comme la mutualisation des moyens et la fusion des communautés de commune.

### Quels conseils donnez-vous aux hôteliers ?

Un hôtelier indépendant doit être très réactif aujourd'hui et ne pas se contenter d'une seule clientèle. L'établissement doit être référencé dans les guides comme le *Michelin* ou le *Routard*, être visible sur la Toile et puis l'on doit s'adapter aux goûts des gens. Bien sûr, cela réclame de l'investissement. Au-delà du nerf de la guerre, un professionnel doit réfléchir à son produit, savoir le vendre et ne pas perdre de vue la dimension humaine. Un bon accueil demande un personnel formé. Nous avons dans le département deux CFA et 3 lycées hôteliers. La maison familiale de Saint-Michel Mont-Mercure a le plus faible taux de rupture des contrats d'apprentissage des Pays-de-La-Loire et nous en sommes très fiers.

Dans un contexte difficile

**Villefontaine (38)** Lundi 17 octobre s'est tenu le congrès de la Fagiht à l'institut supérieur de formation (ISFO) de la chambre de commerce et d'industrie du Nord Isère. Le programme était chargé en raison de l'avalanche réglementaire à laquelle doit faire face le secteur.

## Fagiht : un congrès très professionnel

Il s'agissait du premier congrès de la Fagiht (Fédération autonome générale de l'industrie hôtelière) orchestré par **Claude Daumas**, depuis la disparition de son président fondateur, **Jacques Jond**, qui avait officié pendant plus de quarante ans à la tête de cette organisation patronale. Pour une première, ce fut une réussite de bout en bout. Au point de valoir à Claude Daumas une standing ovation de la part de tous les congressistes au moment de la clôture des travaux. Ce 17 octobre, l'exercice n'était pourtant pas facile dans un contexte marqué par l'inflation de réglementations et de taxes pesant sur le secteur : incendie, accessibilité, nouvelles normes hôtelières, relations avec les distributeurs, remise en cause de la TVA, taxe de 2 % sur les chambres d'hôtel, Spré, éthylotests...

### L'ENJEU DES SITES DE RÉSERVATION

La matinée a été consacrée à trois ateliers. Premier thème évoqué : les hôteliers face au e-commerce. **Pascal Droux**, président des hôteliers de la Fagiht, a rappelé l'action de sa fédération - notamment le rapport dont il est l'auteur et dénonçant les pratiques déloyales des sites de réservations. Celui-ci a déclenché une enquête des services de la Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes (DGCCRF), qui ont ensuite rejoint l'action judiciaire initiée par le Synhorcat. Avec pour résultat, le 4 octobre dernier, la condamnation de ces sites qui ont été contraints de modifier certaines informations qualifiées de mensongères. Partant du constat que la réservation en ligne demeure néanmoins un phénomène inéluctable, les participants de cette table ronde

ont convenu que des conseils seront donnés aux professionnels pour utiliser cet outil sans le subir. **Gérald Henrion** animait l'atelier des restaurateurs, avec la participation de **Régis Marcon**, venu présenter son livre blanc en faveur de l'apprentissage. Parmi les pistes proposées par le chef triplement étoilé de Saint-Bonnet-le-Froid (43), la formation du maître d'apprentissage. Autre valorisation possible du métier et de son établissement : le titre de Maître restaurateur.

### DOSSIERS DE FOND ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

**Bernard Boutboul**, directeur de Gira Conseil, est venu présenter la restauration de demain. Un secteur auquel il prédit de très belles perspectives, à condition d'écouter le client au lieu de vouloir l'éduquer, estime-t-il. Chez les cafetiers, dont les débats étaient animés par leur président **Alain Perhirin** et leur vice-président, **René Perret**, l'ordre du jour était consacré à l'avenir des cafés et la nécessité d'en faire de véritables lieux de rencontre. De son côté, maître **Benjamin Beroud** a expliqué aux professionnels comment faire face à la responsabilité pénale de l'exploitant. Lors de la séance plénière qui s'est tenue l'après-midi, les participants ont pu entrer en contact direct, grâce à une connexion Skype, avec **Frédéric Veyrier**, représentant les hôteliers de l'île de La Réunion adhérents à la Fagiht. L'occasion d'interpeller ce dernier sur les spécificités et les difficultés de l'hôtellerie ultramarine. Nouvelle technologie encore, avec la présentation du nouveau site internet de la Fagiht : [www.fagiht.fr](http://www.fagiht.fr). Moderne et intuitif, celui-ci permet aux adhérents de suivre



L'état-major de la Fagiht. Au premier plan, de g. à d. : **Roger Rollier**, président délégué, **Pascal Droux**, président des hôteliers, **Daniel Frelin**, président délégué, **Claude Daumas**, **Daniel Paraire**, président délégué. Au second plan : **Claude Dallery**, vice-président des hôteliers, **René Perret**, vice-président des cafetiers, **Jean-Pierre Jorcin**, secrétaire général, **Gérald Henrion**, président des restaurateurs.

l'actualité de la profession et de garder un contact régulier avec leur organisation professionnelle. Une importante base de données leur permet en outre de retrouver toutes les informations dont ils ont besoin.

### RÉUSSIR L'ACCESSIBILITÉ

Lors de cette journée, deux grands dossiers ont dominé les débats : la sécurité incendie et l'accessibilité. Initialement fixée au 4 août 2011, la date butoir de mise en conformité

permettre la prise en compte de cette circulaire. Mais rien d'officiel pour l'instant : tout est encore à l'état de négociation. Autre dossier déterminant, puisqu'il requiert des sommes importantes de la part des hôteliers, sans certitude d'un retour sur investissements : l'accessibilité. **Marie Prost-Coletta**, déléguée ministérielle à l'accessibilité, est venue présenter en avant-première le sommaire du guide *Cafés, hôtels,*



L'atelier des restaurateurs est très suivi par les congressistes.

aux règles de sécurité incendie des hôtels de 5<sup>e</sup> catégorie - accueillant moins de 100 personnes - a été reportée au 4 novembre. Suite à l'action des organisations professionnelles, à l'instar de la Fagiht et du Synhorcat, le secrétaire d'État au Tourisme, **Frédéric Lefebvre** avait annoncé la parution d'une circulaire assouplissant légèrement certaines contraintes - en supprimant par exemple l'obligation d'encloisonner l'escalier jusqu'à 8 mètres de hauteur - et, surtout, prenant en compte une catégorie de petits hôtels ne recevant pas plus de 20 personnes. À l'heure actuelle, le texte n'a toujours pas été publié. "On se trouve dans une situation paradoxale, car ce texte apporte des aménagements, mais les pompiers ne le connaissent pas." Face à cette situation, le Gouvernement semble prêt à accorder un petit délai supplémentaire, afin de

*restaurants et discothèques : réussir l'accessibilité*, qui sera disponible dans un mois. Ce document numérique de 120 pages, téléchargeable gratuitement, a pour vocation d'aider les professionnels à réussir au moindre coût les aménagements nécessaires. En conclusion de cette journée, Claude Daumas a rappelé les actions de la Fagiht auprès des institutionnels pour leur faire prendre en compte des réalités de la profession et atténuer les conséquences des nouvelles réglementations pour les entreprises du secteur. Un rôle qui ne peut être possible que grâce aux poids des adhérents que la Fagiht représente, a-t-il conclu. Rendez-vous est pris pour l'année prochaine à Val-Cenis (73), sur les terres de **Jean-Pierre Jorcin**, secrétaire général de la Fagiht.

PASCALE CARBILLET



**Paris (VI<sup>e</sup>)** L'établissement accentue sa dynamique en créant un conseil d'orientation, sous la présidence du chef le plus étoilé du monde. Dans la ligne de mire, la transmission. Le 19 octobre, ses 28 membres ont tenu leur première réunion.

# Joël Robuchon aux commandes du conseil d'orientation Ferrandi

Créée en 1920, l'école Grégoire Ferrandi est l'une de ces institutions dont la réputation dépasse largement les frontières de l'Hexagone. De ses 25 000 m<sup>2</sup> répartis dans 20 laboratoires et cuisines situés en plein cœur de Paris, cette pépinière d'excellence - qui est attachée à la chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) - forme près de 1 500 élèves par an aux métiers de la restauration et des arts de la table, ainsi qu'à la boulangerie-pâtisserie. Elle prépare à des diplômes qui vont du CAP au bac + 5. Mais "Ferrandi, ce sont aussi des échanges étroits avec d'autres écoles étrangères, précise **Georges Nectoux**, président du conseil d'établissement. Le corps professoral est constitué de 80 enseignants, sans compter les nombreux chefs qui interviennent régulièrement. On souhaite avoir une relation de proximité avec ces professionnels."

L'établissement a ajouté une corde à son arc en lançant le conseil d'orientation Ferrandi, le 19 octobre dernier. Sous la présidence de **Joël Robuchon**, 28 membres ont accepté d'embrasser de participer à cette aventure. "L'école ne devrait pas transmettre une vision partisane ou subjective d'un sujet. Elle doit proposer des modèles, et non un modèle, souligne **Bruno de Monte**, directeur de Ferrandi. Si l'école appuie sa pédagogie

*sur la transmission des fondamentaux et compte bien poursuivre dans cette voie, elle ne peut toutefois ignorer que nous sommes dans une phase de transition entre l'économie des connaissances et celle de la création, principal facteur de différenciation. L'innovation et la création sont des processus collectifs et, par conséquent, nous avons tout intérêt à regrouper des gens de disciplines variées, possédant des expériences et des personnalités différentes."*

### UN PARTERRE DE CHEFS D'HORIZONS DIFFÉRENTS

Pâtisseries, chocolatiers, boulangers, chefs étoilés ou non... les 28 membres ont des parcours dissemblables, mais des objectifs communs : faire évoluer la pédagogie, adapter le contenu des cursus et en créer de nouveaux, participer à l'image d'une gastronomie française en mouvement sur l'échiquier international. "J'ai répondu présent à la présidence de ce conseil d'orientation parce que je connais la solidité des enseignements exercés à Ferrandi. Il est de notre devoir de partager et transmettre nos compétences aux jeunes. Tel est l'engagement citoyen auquel nous devons contribuer avec mes confrères. La relation entre le formateur et le restaurateur y est intimement liée", dit Joël Robuchon.



Les 28 membres du conseil d'orientation Ferrandi, lancé le 19 octobre, sous la présidence de **Joël Robuchon** (au centre). Au deuxième rang à g. **Bruno de Monte**, directeur de Ferrandi, et **Georges Nectoux**, président du conseil d'établissement.

À raison d'un comité par an et de rendez-vous par groupes, les réunions s'articuleront autour de l'évolution des programmes, la création de nouvelles formations, des travaux de recherche sur le thème de la créativité en gastronomie et des publications qui en découlent. Ensemble, ils lancent une revue semestrielle de réflexion qui sera téléchargeable et dont le contenu s'appuiera notamment sur ces ateliers de créativité. Nommée *Table ouverte*, cette revue verra son premier numéro publié en janvier, avec pour thème 'la créativité culinaire aujourd'hui'. "Ce n'est que le début mais nous souhaitons élargir ce conseil à un nouveau collège

*sur le management et le service en salle en invitant des MOF, directeurs de salle, sommeliers, etc. Cela permettrait d'appréhender l'évolution de ces métiers et la relation entre le service et la cuisine" conclut Bruno de Monte. HÉLÈNE BINET*

**École Grégoire Ferrandi** • 28 rue de l'abbé Grégoire • 75006 Paris • Tél. : 01 49 54 28 00 • [www.egf.ccip.fr](http://www.egf.ccip.fr)

[WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR](http://WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR)  
 Rechercher  OK  
 Retrouvez la liste des membres du conseil d'orientation et des témoignages avec le mot-clé **RTR917032** sur le moteur de recherche de [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

## "Communiquer autour de ces apprentissages"

L'ANPCR fête ce week-end son 25<sup>e</sup> anniversaire au CFA de Cannes. L'occasion de faire le point avec son président, Bruno Treffel.

PROPOS RECUEILLIS PAR VANESSA GUERRIER-BUISINE

## L'Association des professeurs de cuisine défend les métiers de salle

Les 25 ans de l'Association nationale des professeurs de cuisine et de restaurant, célébrés cette année au CFA de Cannes (06), ont été l'occasion de souligner la volonté forte de ses membres de mettre à l'honneur les métiers de salle qui pâtissent de l'image du 'serveur porteur d'assiettes'. C'était même la thématique d'un atelier où professeurs, professionnels et institutionnels ont témoigné de leurs expériences pour donner un coup de pouce à ces apprentissages. **Bruno Treffel**, président de l'ANPCR, revient sur les missions de l'association.

**L'Hôtellerie Restauration** : Quelle est la mission de l'association ?

**Bruno Treffel** : L'ANPCR cherche à communiquer autour de l'apprentissage. Nous comptons aujourd'hui 200 adhérents sur une centaine d'établissements, y compris d'outre-mer, et nous sommes même présents au niveau européen en Allemagne, Belgique, Suisse et Hongrie. Les systèmes diffèrent d'un pays à l'autre, la Belgique a notamment créé des classes verticales qui intègrent les 3 niveaux dans des mêmes classes. Ce système oblige à une individualisation de la formation



**Bruno Treffel**, président de l'ANPCR : "Nos professeurs mettent en avant la réalité du marché."

à laquelle nous souhaiterions parvenir, mais il reste du chemin à parcourir pour réussir.

**Face au développement de nouvelles formations de niveau supérieur, comment**

**valorisez-vous aujourd'hui les apprentissages en CFA ?**

Ce n'est pas une problématique pour nous car nous attirons énormément de bacheliers, de 'dérocheurs universitaires' qui reviennent vers une année de CAP cuisine ou restauration. La maturité de ces candidats les différencie des jeunes de 16 ans qui découvrent un métier et sont souvent déçus par la réalité. Le recrutement se fait donc réellement grâce au public plus 'mature' des 20 à 25 ans, qui ont un réel projet professionnel et sont

passionnés.

**Comment les CFA communiquent-ils pour attirer plus de candidats ?**

Pour la partie cuisine, la médiatisation est telle qu'il n'y a pas besoin de communication. Pour ce qui est des autres métiers, nous mettons en avant notre relationnel avec les professionnels. Nos professeurs ont un discours de terrain, très concret, auprès des jeunes, en mettant en avant la réalité du marché. On parle beaucoup de l'offre gastronomique, mais nos métiers offrent un portefeuille d'emplois on ne peut plus varié.

**Quels sont aujourd'hui les projets de l'association ?**

Nous souhaitons augmenter les interactions entre nos membres et que chacun apporte ses idées pour enrichir l'association, l'offre de formation. La mission Marcon ainsi que le Trophée de la cuisine et du service nous occupent aussi beaucoup. La problématique reste de revaloriser les métiers du service en salle pour renouveler l'envie des candidats de bénéficier d'un apprentissage.

[www.anpcr.asso.fr](http://www.anpcr.asso.fr)

Mouvement de fond

# Les Bar-bars naviguent par grand vent entre zinc et culture... et ça marche

Être lieu de vie et de culture, revendiquer des origines 'caf' conç, défendre ces valeurs et les porter tel un étendard : ce sont les 'Bar-bars'. Le collectif est né à Nantes. Aujourd'hui, il rassemble plus de 400 bistrotiers sur l'ensemble du territoire.

**A**u Cul de Poule (Nantes, 44), on vient pour l'ambiance détendue, les petits plats mijotés, le grand zinc, les pièces de théâtre et les soirées d'improvisation.

**Lionel Migault**, le patron, a très vite rejoint le collectif. Il résume : *"C'est un gros pétard au nez des syndicats et des administrations. Nous sommes force de cohésion. Du lien se crée entre patrons de bar. On se rencontre, on se voit, on apprend à se connaître. C'est plus fort que le syndicalisme, car plus humain. Quand quelque chose marche, on n'hésite pas à le dire. Nous ne sommes pas là pour quémander mais pour proposer."* Difficile d'être plus clair...

Les 24, 25 et 26 novembre, le festival Culture Bar-bars fêtera ses dix ans. C'est à la fois l'outil de communication et le point de départ de l'association.

À l'origine, une quinzaine d'établissements qui veulent monter leur festival et se retrouvent face aux obstacles réglementaires. Plutôt que de baisser les bras, ce petit monde choisit de retrousser ses manches. **Laurent Messenger**, propriétaire du Café de la perle - quelques mètres carrés tout en longueur - adhère depuis quatre ans au collectif. *"Ma démarche est plus affective que politique, confie-t-il. Plus on sera nombreux, mieux ce sera. C'est de l'activisme culturel que je fais. Un bistrot n'est pas un dealer d'alcool. Nous devons nous structurer dans une démarche et ne plus être dans la censure. Les petits lieux ont aussi besoin d'identité."* Chez lui, dans son 'café de jour', quand le soleil décline, place au slam. *"Je ne savais pas bien comment rémunérer les artistes qui passaient. J'étais plus dans le dédommagement. Maintenant, l'association m'apporte des réponses précises et je sais ce que je peux faire et ne pas faire."*

## PASSERELLES

L'association, créée juridiquement en 2004, réunit des responsables de petits lieux, cafés et restaurants. Son objectif : informer, promouvoir et mener des actions pour défendre la liberté de diffusion de spectacles vivants dans des structures non subventionnées, à économie privée mais aussi défendre une éthique à la fois sociale, culturelle et citoyenne des bistrotiers. En 2008, à l'occasion de la Biennale internationale des spectacles, des rencontres s'organisent avec les collectivités, le ministère de la Culture, les organisations professionnelles, les syndicats d'artistes. **Denis Taillédec**, qui vient d'être récemment nommé directeur du collectif, a participé à ces échanges. *"Des constats communs ont pu être établis, des éléments de réponse se profilent. Il s'agissait de travailler à un dispositif d'aide à l'emploi artistique. Il fallait que la chaîne de diffusion s'organise et corresponde au parcours de l'artiste."* Une étape décisive pour les Bar-bars qui dialoguent désormais d'égal à égal avec les collectivités locales et mettent dans la balance un retour à l'économie réelle. D'un côté, des cafés culture en difficulté, confrontés à des problèmes



**Laurent Messenger** dans son bistrot de quartier, le Café de la perle, à Nantes.

Pour **Lionel Migault**, patron du Cul de poule à Nantes, l'association a été plus efficace qu'aucun syndicat dans son action en faveur de l'expression artistique dans les bistrotiers.



**Denis Taillédec**, directeur du collectif, et **Pascale**, l'épouse d'**Éric Lejeune** (vice-président), au 4 sens.

administratifs et économiques. De l'autre, des artistes interprètes professionnels en situation précaire. *"Le nombre de jours travaillés par artiste, en moyenne par an, ne cesse de diminuer. Il devient compliqué pour eux de trouver des espaces d'expression, de pratique de leur métier où ils peuvent être salariés"*, souligne Denis Taillédec. À l'échelle des Pays-de-la-Loire, des passerelles se mettent en place. On est dans le concret. Le réseau fait ses preuves. En mai dernier, le travail effectué aboutit à la création d'une plateforme nationale des cafés culture. Celle-ci fait le pari d'agir pour préserver et recréer des bassins d'emploi en proposant le premier dispositif national d'aide à l'emploi artistique direct. Compliqué sans l'être. La plateforme se donne pour mission de *"permettre aux bars de développer leurs activités culturelles et musicales, en précisant le cadre de la programmation et de la diffusion des artistes amateurs et professionnels, en encadrant et précisant la réglementation, en*

*garantissant un financement de ces activités et tout particulièrement des emplois artistiques par des aides des collectivités juridiques et des acteurs privés"*.

## PLUSIEURS RÉGIONS CONCERNÉES

Un protocole de bonnes pratiques de diffusion artistique a été établi. Les membres de la plateforme s'engagent. Sa composition actuelle ? Le collectif Culture Bar-bars, qui s'est étendu à plusieurs régions de France ; l'Umih et un président des cafés, bars, brasseries et monde de la nuit, **Laurent Lutse**, entièrement dévoué à la cause même si certains membres du collectif montrent les dents quand on lâche les mots 'syndicat patronal' ; l'Union nationale des syndicats d'artistes musiciens de France CGT, qui regroupe 35 syndicats locaux ou régionaux ; le Pôle de coopération des acteurs pour les musiques actuelles en Pays-de-la-Loire, organisme missionné par l'État et la Région pour développer les musiques actuelles sur le territoire régional ; le Réseau aquitain des musiques amplifiées (Rama), trait d'union entre les publics, les acteurs de terrain et les institutions. Sans oublier les régions Pays-de-la-Loire, Aquitaine et la ville de Nantes.

Sylvie Soubes

## 2011, ANNÉE CHARNIÈRE POUR LE COLLECTIF

Le collectif est désormais constitué en fédération nationale Culture Bar-bars. Cette fédération est présidée par **Cédric Praud**. Le conseil d'administration est également composé d'un vice-président, **Éric Lejeune**, et d'un trésorier, **Didier Legrand**. L'association compte 400 adhérents sur le territoire national et s'organise actuellement en antennes régionales. Son festival, qui aura lieu les 24, 25 et 26 novembre, va donner lieu à 910 manifestations au coin du zinc et attend quelque 105 000 festivaliers.

# La page du chef

## De chef à chef

ENVOYEZ-NOUS VOS RECETTES

Celles-ci seront publiées dans le Blog des Experts 'Recettes de chef à chef' et les recettes coup de cœur de **L'Hôtellerie Restauration** seront publiées dans le journal. Vous pouvez faire parvenir

vos recettes ainsi que vos vidéos à :  
**L'Hôtellerie Restauration** - Recettes de chef à chef -  
5 rue Antoine Bourdelle - 75737 Paris cedex 15  
Tél. : 01 45 48 64 64 - fax : 01 45 48 04 23 -

E-mail : [dechefachef@lhotellerie-restauration.fr](mailto:dechefachef@lhotellerie-restauration.fr)  
Retrouvez Marcel Mattiussi, auteur du Blog des Experts 'Recettes de chef à chef' sur [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)  
Cliquez sur 'Blogs des Experts'

## Magret d'oie d'Anjou, cuit sur lit de gros sel de Guérande Le Guérandais, présenté sur une tartine avec chutney de figues

PAR FRANÇOISE CANETTI-  
CONSEIL, LE GUÉRANDAIS,  
GUÉRANDE (44)

### Ingrédients pour 4 personnes

- 1 magret d'oie d'Anjou IGP
- 12 figues fraîches
- 0,100 kg de roquette
- 1 pain de campagne
- Vinaigrette
- 1 kg de gros sel gris de Guérande Le Guérandais

### Progression

#### Saler et sécher le magret

- Disposer une couche de gros sel gris de Guérande dans un moule à cake, poser le magret côté chair sur le sel et le recouvrir entièrement de sel.
- Couvrir et mettre au réfrigérateur : 24 heures pour du canard, 36 heures pour de l'oie.
- Au bout de ce laps de temps, éliminer le sel du magret, l'envelopper dans une mousseline et le laisser sécher



au réfrigérateur : 2 jours pour du canard et 3 jours pour de l'oie.

### Préparer les garnitures

- Tailler des canapés dans du pain de campagne et les toaster sous la salamandre.
- Assaisonner la salade de roquette de vinaigrette.
- Parer et couper les figues en 2 et les saisir à la poêle avec un peu d'huile d'olive.

### Dresser

- Trancher le magret en fines tranches en conservant le gras.
- Sur les toasts, alterner des figues et des tranches de magret, ajouter un peu de roquette et servir frais.

Préparation bien mise en valeur par sa simplicité.

**Vin conseillé** : un morgon Domaine de Vermont 2009.

## Vins

### Vendanges idéales

Le comité interprofessionnel des vins du Languedoc a fait un tour des terroirs et tendu le micro aux hommes et aux femmes qui font le vin. Paroles de vignerons.

## Très beau millésime 2011 en Languedoc

En 2011, la vigne a "démarré vite et très fort à partir du 20 mars. Le débourrement est alors en avance de dix à douze jours par rapport à 2010. Cette avance a été encore plus significative sur les cépages tardifs", commente le comité interprofessionnel des vins du Languedoc (CIVL). Les chaleurs printanières vont aussi accélérer le cycle végétatif. "Aux mois de juin et de juillet, les périodes de froid et chaud alternent. Aux pluies du début du mois de juin succèdent, quarante jours plus tard, des averses entre mi et fin juillet." Néanmoins, les orages de la mi-août rendent "l'équilibre précaire". L'année sera-t-elle réussie ? Septembre apporte la plus belle des réponses avec du soleil, du vent du nord et des nuits fraîches. "Les conditions de vendanges sont idéales. La récolte se dessine pleinement mature et plus abondante que les années précédentes. La sortie est très satisfaisante sur l'ensemble des variétés et des terroirs avec de grosses baies juteuses et des grappes très compactes."

**AOC languedoc, Jean-Benoit Cavalier, Château de Lascaux**  
"Une fois encore, la situation climatique



Vignobles des Corbières.

et le travail réalisé sur la délimitation des terroirs engagent l'AOC languedoc dans la qualité. Globalement nous aurons un millésime sur le fruit avec un bel équilibre sur des finales plus fraîches qu'à l'accoutumée."

**AOC minervois, Françoise Frissant, Château Coupe-Roses**  
"Ce sera une année pleine de gourmandise

et de fruits sans les gros tanins que l'on nous reproche certaines années."

**AOC corbières, Xavier de Volontat, Château les Palais**

"C'est un très beau millésime en corbières. On aime à le dire haut et fort. De plus, le volume, également au rendez-vous, favorisera la qualité de l'AOC corbières puisque le vigneron aura le choix en cave. C'est l'atout de notre région mixte."

**AOC fitou, Joël Castany, président des vignobles Cap Leucate**

"Le millésime 2011 sera marqué à Fitou comme celui d'une exceptionnelle alliance de la qualité et de la quantité. (...) Le résultat est là, avec des vins qui seront gourmands. Je donne une mention particulière à la syrah, remarquable, pleine de fruits et de rondeur cette année."

**AOC limoux, Bernard Robert, Domaine de Fourn**

"L'été 2011 plus doux qu'à l'accoutumée est un vrai atout pour nos effervescents. Nous conservons ainsi la fraîcheur qui peut, certains millésimes très chauds, nous faire défaut."

**AOC languedoc les Grès de Montpellier, Diane Losfelt, Château de l'Engarran**

"L'esprit des vendanges 2011 : scruter le ciel, les nuages, tester les raisins, essayer de voir plus loin que le bout de leur peau, attendre. C'est un millésime que le ciel a finalement décidé de magnifier en nous offrant un mois de septembre à l'ensoleillement exceptionnel."

**AOC languedoc la Clape, Christophe Bousquet, Domaine Pech Redon**

"Les grappes de syrah étaient tellement belles que je les ai prises en photo sur la table de tri ! Ce cépage s'est particulièrement bien comporté dans le massif de la Clape."

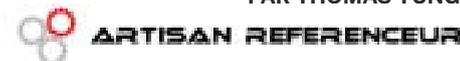
**AOC languedoc les terrasses du Larzac, Vincent Goumar, Mas Caldalmoura**

"C'est un millésime de stratège. Les mois et les saisons ont joué dans le désordre, troublant les vignes les plus jeunes ; les vieux ceps et les cépages autochtones ont été moins sensibles aux aléas météo. Pour accompagner ce millésime, il fallait observer, être pointu à la vigne et à la cave, étaler ses dates de vendanges et attendre."

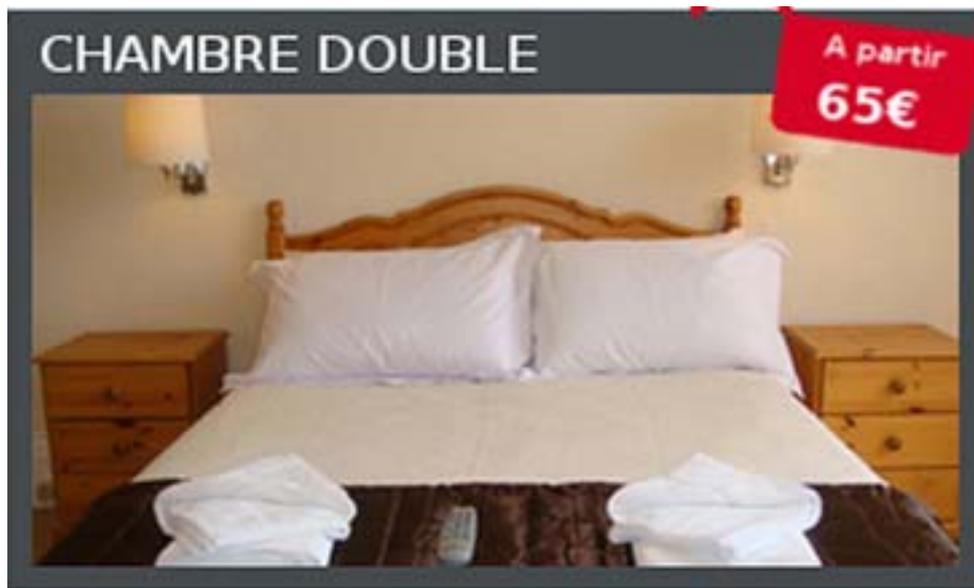
Pour améliorer le taux de conversion

Faire de son site web un outil de vente est un but en soi. Encore faut-il qu'il soit convaincant, que l'offre soit claire et attractive pour que le simple visiteur devienne client.

PAR THOMAS YUNG



## Générer des ventes grâce à son site internet



On peut afficher le prix sous la forme d'une étiquette, par exemple, c'est ludique.

Des outils tout droit sortis du marketing vous aideront à créer un site internet attrayant et vendeur. Améliorer son taux de conversion - le rapport entre le nombre de visiteurs et le nombre de ventes -, c'est du marketing. Il s'agit d'influencer la perception que le visiteur aura de votre offre pour déclencher l'acte d'achat.

Le site internet de votre établissement fait partie de votre communication globale. Mais si vous n'avez pas de cohérence entre ces éléments : produit, prix, distribution et communication (les éléments de base du marketing), il ne sert à rien d'investir dans une stratégie d'amélioration du taux de conversion. Pour y parvenir, il faut tester certains aspects et leur impact sur le visiteur. Par exemple : que se passe-t-il si la photo de la page d'accueil de mon site est changée ? Les visiteurs quittent-ils plus vite le site ou, au contraire, restent-ils plus longtemps ? Visitent-ils plus de pages ? Le nombre de réservations augmente-t-il ? C'est un processus long, fait d'observations, de tests, d'analyses et de corrections.

Dans un supermarché, le chef de rayon teste la mise en place de tel produit, en rayon, en tête de gondole, avec de la PLV, des promotions, etc. C'est de cette manière qu'il arrive à optimiser ses ventes et revenus.

Cela implique d'avoir un outil d'analyse à disposition et, bien sûr, de savoir s'en servir. Un service gratuit, tel Google Analytics, fera parfaitement l'affaire.

### VALORISER VOTRE PRODUIT

Le produit principal est la chambre (ou la carte pour un restaurant). Mettez votre produit en avant, décrivez-le, vendez-le, donnez le maximum d'informations.

De nombreux visiteurs viennent sur votre site pour avoir ce maximum

d'informations. Ce sont des visiteurs qui vous cherchent, qui vous ont vu ailleurs, chez un distributeur, sur un site d'avis, etc. S'ils viennent spécifiquement sur votre site, c'est pour avoir une réponse à une question précise ou en savoir plus à propos de votre produit.

C'est alors une occasion de vous démarquer de la concurrence et, surtout, des distributeurs (booking.com, venere.com, la fourchette.com, etc.). Ces partenaires-distributeurs ne vous permettent pas de présenter toutes les caractéristiques de votre produit, puisqu'il faut que les données rentrent dans des cases préprogrammées, notamment pour harmoniser leurs bases de données. C'est donc bien une occasion unique de faire la différence. Il est impératif que votre site présente un maximum d'informations, et davantage de caractéristiques que chez les partenaires-distributeurs. Sinon, pourquoi le client réserverait-il chez vous ? Par ailleurs, en communiquant un minimum de renseignements, les sites partenaires titillent la curiosité du visiteur et, peut-être, cela débouchera-t-il sur une visite de votre site. Et si ce dernier est de qualité, alors cette visite peut générer une vente directe avec pour conséquence une meilleure marge.

### COMMENT METTRE EN VALEUR UN PRODUIT ET PRÉSENTER SES CHAMBRES ?

Un site doit présenter les chambres en long, en large et en travers. Il faut faire une page distincte par type de chambres. Cela permet d'optimiser sa présence dans les moteurs de recherches (en ayant une page "chambre double Paris" ou "chambre familiale Nice"). Mais cela permet surtout de répondre à un segment de

clientèle selon un type d'utilisation du produit. Par exemple : les chambres simples seront surtout utilisées par un segment professionnel (voyage d'affaires). Vous allez donc pouvoir adapter votre message commercial à ce segment-là et donc mettre en valeur votre produit en fonction des besoins de cette cible.

On sait que le visuel a un impact important : mettez donc des visuels de la chambre et des visuels contextuels. Par exemple, si je visite la page consacrée aux twins, c'est une photo de chambre twin qui doit illustrer cette page, accompagnée d'autres visuels de la chambre, de la salle d'eau, de la vue, etc. Indiquez ensuite les éléments de confort : superficie des chambres, plateau de courtoisie, double vitrage, coffre-fort, télévision, accès internet, climatisation réglable, chauffage, type de revêtement de sol, vues, orientation par rapport au soleil, éléments de sécurité (détecteurs de fumée, alarme, etc.), rangements, prises électriques disponibles (très important, compte tenu du nombre de gadgets électroniques qui ont besoin d'être rechargés)... Dites également de quoi sont composés les produits d'accueil dans la salle de bains ; faites la liste des chaînes que votre bouquet télévision propose

(pourquoi dois-je attendre d'arriver dans ma chambre pour découvrir que j'ai accès à TV5 Monde ou à la Rai Uno, c'est une information importante, du moins pour moi ou pour un autre segment clientèle). De la même façon, si vous avez une literie de qualité, faites-le savoir : nommez la marque et/ou la référence de la literie... c'est ce qui va influencer la qualité du sommeil, après tout.

Inspirez-vous de ce que font les sites de e-commerce. Avez-vous regardé de quoi est constituée une fiche produit sur un site comme rueducommerce.com ? Descriptif long, commercial, caractéristiques techniques, contenu du packaging, avis client, conditions de vente/livraison, produits similaires, options, impact sur l'environnement, garanties, plus produit, etc. Imaginez maintenant qu'à la place de ce produit, cela soit une chambre d'hôtel. Imaginez tout ce qu'il y a à dire, à préciser, etc. Pourquoi ne pas présenter les visuels comme si cela était un produit à ajouter dans le panier, et en lui mettant une étiquette produit ? Pourquoi ne pas mettre d'avis client à propos de ce type de chambre, et y ajouter des 'options' (petit déjeuner, parking, spa, etc.) ? Pourquoi ne pas présenter une infographie présentant 'ce prix comprend...' et faire la liste des éléments inclus dans le prix de la chambre ?

Mais votre produit ne se limite pas à vos chambres, vous vendez bien d'autres choses : de l'accueil, du conseil, de la sécurité, de la chaleur humaine, de la restauration, etc. Faites de même pour toutes vos prestations. Montrez qui vous êtes et ce que vous vendez, c'est la base du commerce !

## L'Hôtellerie Restauration

### L'hebdo des C.H.R.

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

### RESPONSABLES DE RUBRIQUE

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

**SECRETARIAT DE RÉDACTION**  
Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist  
et Hugo Nicolaou

### RÉDACTEURS GRAPHISTES

Patricia Delville et Nathalie Hamon

### DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ

JEAN-PIERRE LESAGE

### DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

CHRISTIAN BRUNEAU

### CONCEPTION GRAPHIQUE

Claude Veyrac/Richard Kubicz/Provenances

### COMMISSION PARITAIRE

n° 0910 T 79916

Dépôt légal à parution

Diffusion : 64 403 - ISSN 0750 - 3717

### IMPRESSION

Roto Centre - 45 770 Saran

Capital : 1 418 141,74 €

Principal actionnaire : Bureau de Presse



## Soulagement des salariés

La chambre de l'instruction de la cour d'appel de Douai a infirmé mardi l'ordonnance de fermeture des deux hôtels cités dans l'affaire lilloise de proxénétisme.

### Lille : Le Carlton et l'hôtel des Tours restent ouverts

Malgré le maintien en détention de leurs dirigeants, le Carlton de Lille et l'hôtel des Tours resteront ouverts. "On est enfin sereins pour travailler", résume Sandie Saeij, assistante commerciale du Carlton. C'est la fin de deux semaines éprouvantes, depuis qu'est tombée, le 14 octobre, l'ordonnance de fermeture temporaire des deux établissements dans le cadre d'une affaire de proxénétisme aggravé qui fait grand bruit. La décision aurait dû être exécutée vendredi dernier, mais les salariés ont continué à accueillir

les clients. Le parquet général a requis l'infirmation de l'ordonnance de fermeture et la chambre de l'instruction de la cour d'appel de Douai a répondu favorablement mardi 25 octobre à l'appel déposé par les avocats, qui ont fait valoir que seules deux ou trois chambres sur les 1 900 nuitées mensuelles du Carlton avaient été louées à des prostituées. Ils ont également souligné le préjudice économique d'une fermeture. Les deux hôtels fonctionnent donc normalement. "L'encadrement et le

personnel sont à leur poste. L'activité est saine. Tout est sous contrôle", assure M<sup>e</sup> Desurmont, qui compte désormais sur la remise en liberté de Francis Henrion, directeur du Carlton et propriétaire de l'Hôtel des Tours, actuellement en détention provisoire. Quant aux salariés, ils veulent désormais redorer le blason de leur établissement. "Cette affaire nous a fait du tort, déplore Sandie Saeij. Mais nous sommes fiers de cette victoire et nous ferons tout pour être à la hauteur."

MARIE-LAURE FRÉCHET

## Budget 2012

Ces mesures devraient rapporter environ 280 M€ à l'État.

### Une taxe sur les boissons avec sucres ajoutés et 'light'

Vendredi 21 octobre, l'Assemblée nationale, au cours des débats sur le budget 2012, a adopté une taxe sur les boissons avec sucres ajoutés s'élevant à 7,16 € par hectolitre et non plus à 3,58 € comme initialement prévu. Dans la foulée, les députés ont voté l'instauration d'une taxation des boissons dites light, contenant des édulcorants de synthèse. Ces deux mesures devraient rapporter aux finances publiques 240 M€ grâce aux boissons sucrées et 40 M€ pour les boissons light. Si la taxe sur les boissons sucrées veut répondre à un impératif de santé publique de lutte contre l'obésité, celle sur les boissons light est qualifiée de taxe de rendement visant à faire rentrer des recettes.

#### JUSQU'À 20 % DU PRIX DE VENTE

Pour le Syndicat national des boissons rafraîchissantes (SNBR), qui regroupe les principaux acteurs du marché des boissons rafraîchissantes sans alcool, l'instauration de ces taxes stigmatise de façon inacceptable leur secteur d'activité mais aussi les consommateurs français. Pour une bouteille de 1,5 litres, l'augmentation du prix de vente pourrait aller jusqu'à 20 %. Le SNBR rappelle aussi le contexte difficile avec l'augmentation du coût des matières premières de 30 % sur les fruits et de 50 % sur le sucre. À noter que les laits infantiles ont été exclus du texte, tout comme certaines préparations destinées aux personnes hospitalisées qui contiennent des sucres ajoutés.

PASCALLE CARBILLET

## S'estimant diffamé

Le professionnel réclame 10 M\$ (7,19 M€) au site d'opinion, parce qu'il figure dans un classement des hôtels les plus sales établi par le site communautaire.

### Un hôtelier américain attaque Tripadvisor

Dix millions de dollars, telle est la somme exigée par un hôtelier qui apparaît dans la liste 2011 des hôtels les plus sales des États-Unis de Tripadvisor. Le propriétaire du Grand Resort Hotel and Convention Center de Pigeon Force (Tennessee, États-Unis) attaque en effet le site communautaire pour des propos diffamatoires. Apparaître dans un tel classement peut signer la mort d'un hôtel, d'autant que ce genre de publicité se propage extrêmement rapidement sur internet. Tripadvisor ne commente pas l'affaire, et se cache derrière l'argument du "classement établi selon les notations de notre communauté de voyageurs". Mais ce même classement fait l'objet de nombreuses poursuites, pour diffamation ou avis falsifié.

C'est le fonctionnement même de Tripadvisor qui finit par être remis en cause... Sans que les responsables du site ne réagissent. En définitive, le problème est que les clients continuent de faire confiance aux avis recensés sur le site sans être conscients de ce qui se passe en coulisses. Et ce sont les hôteliers qui en paient le prix. Si les avis négatifs existent réellement, comment trier le vrai du faux ? Selon Rémi Ohayon, directeur général des ateliers Apicius, les avis postés sur ce type de site peuvent être répartis en trois catégories : 30 % sont de vrais avis de clients, 30 % sont écrits par des hôteliers concurrents, et 30 % par l'hôtelier lui-même... De quoi faire réfléchir sur la fiabilité de tels sites communautaires !

VANESSA GUERRIER-BUISINE

## En direct des Blogs des Experts



"Biscuits sablés : quel est le processus chimique à la base du croquant des sablés ?"

➤ Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot-clé RTK4183 sur le moteur de recherche de [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

## Abonnez-vous

**L'Hôtellerie  
Restauration**  
LE MÉTIER DES CHEFS • L'HOTELLERIE-RESTAURATION.FR

■ TOUS LES JOURS, LA NEWSLETTER  
■ TOUTES LES SEMAINES, LE JOURNAL

1  3 mois 10€  6 mois 20€  1 an 40€  Durée libre 10€/trimestre

(interruption sur simple demande)

2  Chèque joint  RIB joint  Carte Bleue n° .....

(à l'ordre de L'Hôtellerie Restauration)

date de validité : ...../..... 3 derniers chiffres au dos de la carte : .....

3 Nom : ..... Adresse : .....

..... Code postal & Localité : .....

4 Votre e-mail pour recevoir la newsletter quotidienne :

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

## Abonnez-vous par

Tél. : **01 45 48 45 00** Fax : 01 45 48 51 31 [abo@lhotellerie-restauration.fr](mailto:abo@lhotellerie-restauration.fr)

Internet : [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

Courrier : L'Hôtellerie Restauration • 5 rue Antoine Bourdelle • 75737 Paris Cedex 15