

L'hôtel du futur vu par les directeurs d'hôtels

Hervé Rodriguez
manipulateur de saveurs à Paris

Bars-
discothèques :
éthylotests obligatoires

Le Synhorcat
en congrès national
le 1^{er} décembre

L'Hôtellerie

Restauration

24 novembre 2011 N° 3265

ANNONCES
CLASSÉES
PAGE 12

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



Avec le sandwich à 1 euro,
GOÛTU part à l'assaut de
la capitale p. 9

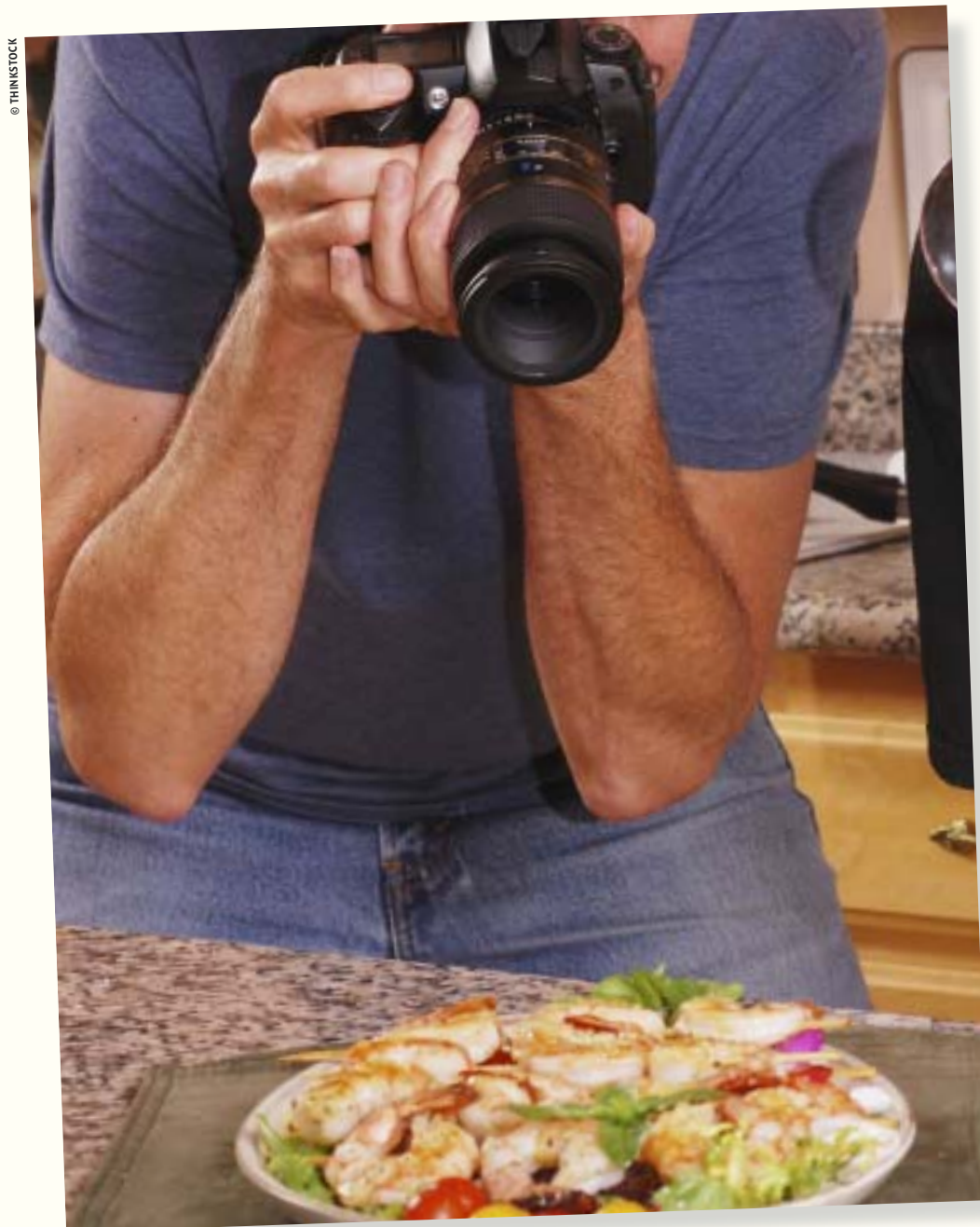
Une tendance qui fait débat

pp. 2-3

Food Reporter : j'aime... moi non plus

Les 'food reporters', amateurs et passionnés, sont désormais plus de 80 000. Équipés de leur smartphone, ils photographient leur assiette, la commentent et la publient sur le Net. Le phénomène, baptisé 'foodographie', prend une ampleur accrue par l'apparition d'une application pour smartphone, Food Reporter, créée par quatre fous de gastronomie et de nouvelles technologies. Sur Facebook, via leur téléphone ou

directement sur internet, les 'food reporters' mettent en ligne leurs clichés ou commentent ceux des autres, sans trop se soucier de savoir ce qu'en pensent les chefs qui réalisent les plats ainsi photographiés. Et pourtant, si certains chefs y voient un côté bon enfant et de la publicité gratuite, d'autres perçoivent cela davantage comme une forme de vol de propriété intellectuelle ou une violation du droit à l'image.



INAKI AIZPITARTE REÇOIT LE PRIX GASTRONOMADES DU CHEF DE L'ANNÉE

p. 8

Illusions numériques

Alors que le sujet suscite plus d'interrogations que d'approbations, ce qui était au début une sympathique manie de vieilles filles du Minnesota en vacances est devenu un souci pour de nombreux professionnels : pour les chefs, la 'foodographie' est en passe de rattraper le flot d'inepties que doivent subir les hôteliers sur les sites prétendus de commentaires, où c'est davantage *Règlement de comptes à O.K. Corral* que *Et au milieu coule une rivière*. Ainsi, le succès croissant de l'application iPhone Food Reporter ne peut être ignoré des restaurateurs, quelle que soit la catégorie de leur établissement. Vous pourrez en découvrir les avantages et les inconvénients dans ce numéro (lire ci-contre), en même temps que des témoignages de professionnels qui ont eu les honneurs de food reporters.

Au-delà de ce phénomène qui risque de se développer au fil du temps, il est indispensable pour la profession d'analyser les raisons d'un succès, les moyens d'y participer tout en évitant les pièges tendus par les concepteurs de sites qui, ne l'oublions pas, ont d'abord pour vocation de gagner de l'argent en 'monétisant' des contenus parfois contestables.

Puisqu'il est aujourd'hui impossible de se passer de l'information numérique, qu'il faut absolument affirmer sa présence sur les 'objets nomades' que sont les smartphones, les tablettes, et autres ordinateurs 'ultraportables', qu'il faut animer sa page Facebook, retrouver ses confrères sur LinkedIn et étaler ses états d'âme sur son blog, l'hôtelier comme le restaurateur sont soumis à une véritable dictature du Net dont ils ne décernent pas toujours les multiples avantages qu'ils peuvent en tirer.

S'opposer frontalement est évidemment impossible, et comme le souligne l'un des chefs interviewés (**Alexandre Gauthier**, La Grenouillère à Montreuil-sur-mer, dans le Pas-de-Calais) : *"Cela démocratise la cuisine, cela donne de la visibilité, c'est génial que notre métier attire autant de passionnés, notamment des jeunes."*

Certes, mais il faut également mesurer les risques de dérives inhérents à toutes les formes d'expression sans contrôle qui se sont développées sur la Toile. Confusion des genres, approximations, dénigrement systématique, règlements de comptes, amateurisme confondant de nombreux intervenants qui se prennent pour des professionnels de la communication, quand il ne s'agit pas d'usurpation du métier de journaliste, la liste est longue des détournements que génère la sphère numérique.

Aux professionnels d'exploiter les possibilités infinies de ce formidable outil du Net, sans naïveté ni excès de méfiance, mais sans trop d'illusions non plus. **L. H.**

En bref

Etap Hotel lance un jeu-concours

Depuis le 17 novembre, et pour deux mois, Etap Hotel a lancé un jeu concours pour les internautes intitulé Etap Hotel Road Trip. Il consiste à créer un voyage de rêve et à inciter ses proches à voter pour ce projet, par e-mail ou par le biais des réseaux sociaux. Plus le nombre de votes est important, plus il y a de chances de remporter un séjour d'une semaine dans un Etap Hotel et un chèque de 1 000 € ; un week-end Etap Hotel, des tablettes tactiles, des mp3... Les inscriptions sont ouvertes sur www.etaphotel-roadtrip.com ou sur www.facebook.com/#!/EtapHotel. Le jeu est disponible en français, anglais, allemand et espagnol.

GUIDE 'MICHELIN ITALIE 2012' : LA 3^E ÉTOILE POUR

MASSIMO BOTTURA

La 57^e édition du guide *Michelin Italie* recense 38 nouveaux restaurants étoilés, dont un 3 étoiles : **Massimo Bottura**, de l'Osteria Franciscana à Modène. L'édition 2012 distingue également 4 nouveaux 2 étoiles : **Massimo Mantarro**, au Principe Cerami, restaurant de l'hôtel San Domenico Palace à Taormine, **Andrea Migliaccio** à L'Olivo, restaurant de l'hôtel Capri Palace à Capri, **Antonio Mellino**, au Quattro Passi à Massalubrense, et **Oliver Glowig**, au restaurant

éponyme à Rome. Au cours des six dernières années, le nombre de restaurants étoilés a augmenté de 30 % en Italie. Parmi les régions italiennes, la Lombardie reste celle où est regroupé le plus grand nombre d'établissements étoilés (56), suivie du Piémont. Mais la plus dynamique demeure la Toscane, qui compte six nouvelles étoiles.



Grand

Une tendance de fond

'Food reporter' : j'aime... moi non plus !



Avant même de goûter... une photo !

Plus de 10 milliards de clichés postés l'année dernière sur internet - et une photo sur cinq publiée sur Facebook -, représentent des plats cuisinés. Créée par quatre passionnés de gastronomie et de nouvelles technologies, l'application pour smartphone Food Reporter surfe sur cette tendance de la 'foodographie'. La bande d'amis a d'abord lancé une page Facebook baptisée 'J'aime prendre en photo ce que je mange', rejointe en un mois par plus d'un millier de personnes. Puis dans la foulée, une application gratuite pour iPhone, téléchargée plus de 80 000 fois en quelques mois. Désormais accessible également sur internet, on y trouve plus de 100 000 photos de cuisine. Les 'food reporters' peuvent soit y poster leurs propres réalisations, soit les assiettes qu'ils ont dégustées au restaurant. Pour cette catégorie, les utilisateurs notent leur plat d'une à cinq étoiles et ajoutent éventuellement un commentaire. Les autres membres de la communauté montrent leur approbation au moyen

d'un 'miam', l'équivalent du 'j'aime' sur Facebook, certains plats pouvant donner lieu à des échanges passionnés, même si la majorité des réponses sont assez peu critiques.

L'interactivité, encouragée par un système de 'push messaging', c'est ce qui a séduit **Emmanuelle**, également bloggeuse, qui revendique le côté 'voyeur' du food reporting : *"On suscite rapidement un élan collectif, beaucoup plus qu'avec un blog."*

Ce que confirme **Truong**, jeune passionné de cuisine : *"Les bloggeurs sont rarement critiques. Ils s'influencent mutuellement et cela crée une osmose sur un resto qui ne mérite pas forcément le buzz. Sur Food Reporter, on est plus dans une dynamique de partage. Rapidement, on cerne les gens derrière les profils et on tisse des liens."*

Le jeune homme a ainsi fait la connaissance de **Caroline**, avec qui il fait désormais le tour des bonnes tables. Ensemble, ils mettent surtout en avant l'envie de ne pas se tromper sur le choix d'un resto, mais aussi de voir ce qu'il y a dans l'assiette.

QUEL DROIT À L'IMAGE ?

"La photo donne des indications que l'on ne trouve pas dans les autres guides", avance Caroline. Sauf que les chefs ont eux plutôt l'impression d'être espionnés. **Alexandre Gauthier** n'a ainsi pas apprécié que la jeune femme shoote abondamment son établissement (La Grenouillère, à La Madeleine-sous-Montreuil, 62) fraîchement rénové. *"Que les gens fassent une photo souvenir, c'est normal, renchérit Jean-Luc Germond*, chef du Sébastopol, à Lille (59). *Mais je ne suis pas d'accord quand ils prennent tout en photo, c'est ma propriété intellectuelle."* **Gilles Goujon**, chef de l'Auberge du Vieux Puits, à Fontjoncouse (11), confirme : *"Il y a des plats que je n'ai pas envie de retrouver sur le Net. Cela fait réfléchir sur le droit à l'image."* Et tous de reprocher la mauvaise qualité de certaines photos, le plus souvent prises avec un téléphone. *"La photo ne dit pas tout : la cuisine, c'est le goût. La présentation, ce n'est que 30 % du plat"*, poursuit le chef triplement étoilé. *"Un resto, c'est fait pour passer un moment de plaisir"*, confirme Jean-Luc Germond.

angle

Équipés de leur smartphone, ils photographient leur assiette, la commentent et la publient sur le net. Les 'food reporters', amateurs et passionnés, sont désormais plus de 80 000. Un phénomène diversement apprécié par les chefs, mais avec lequel ils doivent désormais composer.



L'application Food Reporter a d'abord été lancée sur iPhone. Désormais, il existe également un site internet.

Quand les convives passent leur temps à prendre des photos ou à lire des critiques sur leur téléphone, où est le plaisir ? Pourrait-on aller jusqu'à interdire de prendre des photos dans les restaurants ? Pourquoi pas, répondent les chefs. "Je pourrais le comprendre", concède le jeune Truong

DOULOUREUSE CRITIQUE

Autre point sensible : la critique qui accompagne les photos. Si le système des 'miams' incite plutôt à mettre en ligne des plats alléchants, certains 'food reporters' n'hésitent clairement pas à exprimer leur avis. "Je ne dis jamais que ce n'est pas bon, justifie Caroline, dont les avis très tranchés lui ont attiré quelques inimitiés dans le milieu de la restauration. J'explique toujours ce que je n'ai pas aimé. Et j'essaie d'en parler avec le chef avant de poster mon commentaire." Pas question pour elle de concurrencer la critique professionnelle, mais de partager une impression. "Je m'exprime sur un plat, je ne remets pas en cause tout le restaurant. Et surtout, je suis libre, je paie mes additions,

personne ne m'appelle pour tester. Je consacre beaucoup de temps à goûter et à commenter."

"Certains se prennent à la fois pour des cuisiniers et des journalistes, sans connaître les réalités du métier, râle en réponse Gilles Goujon. Mais moi, quand un client me fait une réflexion, je n'en dors pas de la nuit." **Laurent Favier**, chef de Chai nous comme chez vous, à la Flotte-en-Ré (17), confirme : "J'ai eu une mauvaise critique sur un site. Ça m'a flingué. Et quand on pense que cela reste des années sur le Net..."

POUR LE PLAISIR...

Alors fâchés avec les 'food reporters', les chefs ? "Ça démocratise la cuisine, ça donne de la visibilité, tempère Alexandre Gauthier. C'est génial que notre métier attire autant de passionnés, notamment des jeunes. Mais il ne faut pas qu'ils se prennent d'emblée pour des critiques ; il faut qu'ils fassent ça pour le plaisir. Un plat seul ne signifie rien. Un repas, c'est un rythme, c'est le moment qui est important." **Olivier Canal**, chef des Toques blanches lyonnaises est lui un vrai fan et s'est abonné. "J'adore ! Les 'food reporters' sont des gens qui se font plaisir. Je prends tout cela avec beaucoup de légèreté et, moi-même, j'aime commenter la jolie tarte d'un amateur, en me mettant au même niveau que lui."

Comme le résume **John Karp**, directeur marketing de Food Reporter, "pour certains chefs, c'est une menace, mais d'autres ont compris que c'est une opportunité. C'est en tout cas une tendance de fond, et ils vont devoir de toute façon se poser rapidement la question d'être présent ou non sur les réseaux sociaux."

Pour les encourager, les concepteurs de Food Reporter viennent de lancer une offre commerciale dédiée aux restaurateurs. Abonnés à un profil pro, ils peuvent ainsi assurer une veille sur ce que se dit de leur établissement, créer des animations (réductions, rencontres), s'assurer une meilleure visibilité en postant par exemple leurs propres photos. Bref, faire de la 'food communication'.

MARIE-LAURE FRÉCHET

www.foodreporter.fr

Dîner de gala

Paris (1^{er}) 115 professionnels ont créé l'événement lors d'une grande soirée au Westin Paris Vendôme.

L'équipe de France des arts de la table au grand complet



L'équipe de France des arts de la table au grand complet lors de la soirée du 5 novembre dernier, dans le salon impérial du Westin Paris Vendôme (Paris, 1^{er}).

R assembler des chefs-cuisiniers, maîtres du service et des arts de la table, producteurs de différents terroirs, et des professionnels des métiers de bouche est une idée qui a émergé lors de la rencontre entre **Guy Etchegoinberry**, MOF imprimerie, et **Dominique Fabre**, producteur de fromages de chèvre en Touraine. "Je compte parmi ma clientèle des chefs de grandes institutions françaises, de ministères, de restaurants, brasseries, et bistrotis parisiens. Nous travaillons ensemble depuis des années, ils sont devenus des amis bien plus que des clients. Ainsi, chaque troisième samedi du mois de mai, j'organise un circuit découverte à travers la France pour tous ces professionnels", explique Dominique Fabre. Le dernier en date, en pays catalan, a réuni 60 professionnels. Les premières démonstrations, regroupant à titre bénévole un grand nombre de professionnels, ont eu lieu au Salon Smart et au Sial en 2010. L'objectif est simple : promouvoir à travers des produits de qualité, non seulement l'art et la manière de les apprêter, mais aussi de les servir et de les mettre en scène lors d'un repas. Le 15 septembre dernier, c'est la consécration. L'association de l'équipe de France des arts de la table a été officiellement fondée et inscrite à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). Un coq bleu, blanc, rouge symbolise la marque. À ce jour, cette grande famille rassemble 70 chefs-cuisiniers, 25 maîtres d'hôtel et 20 sommeliers, boulangers, pâtisseries, bouchers, primeurs - dont 18 Meilleurs ouvriers de France.

GALA DE PRÉSENTATION

Pour dévoiler au grand jour cette initiative, l'équipe de France des arts de la table a créé l'événement, samedi 5 novembre, en réalisant un grand dîner de gala au profit de l'Institut du cerveau et de la moelle épinière (ICM) dans le salon impérial du Westin Paris Vendôme (Paris, 1^{er}). Un dîner exceptionnel qui a mis en lumière ce qui fait le succès des arts de la table à la française, sous l'œil conquis des 240 invités. Côté cuisine, le repas a été orchestré par **Michel Roth**, Meilleur ouvrier de France cuisine-restauration, Bocuse d'or et chef des cuisines du Ritz, qui était à la tête d'une brigade de 70 chefs répartis en 6 équipes. **Denis Férault**, Meilleur ouvrier de France maître d'hôtel, maître du service et des arts de la table, a organisé le service de la salle avec l'aide de 25 maîtres d'hôtel, et des élèves des lycées hôteliers d'Anthony, d'Auxerre et du lycée Albert de Mun (Paris, VII^e). Au menu : Valse gourmande en quatre temps ; Déclinaison de coquilles Saint-Jacques de la baie de Morlaix ; Suprême de géline de Touraine La Dame Noire rôtie aux truffes ; Harmonie de fromages de France au lait cru et ses accompagnements ; Granny smith confite aux parfums d'agrumes. Le tout accompagné d'une sélection de vins pour chaque plat. "Cela fait plusieurs mois que toutes ces personnes s'entraînaient, explique Dominique Fabre. La soirée était on ne peut plus réussie ! Notre objectif de réunir tous ces métiers est atteint." Michel Roth, partage le même enthousiasme : "En tant que capitaine, c'est avec fierté et beaucoup d'émotion que j'ai retrouvé tout ce qui fait l'excellence de notre travail, la qualité des produits et la cohésion de l'équipe salle-cuisine. Un moment fort qui a fait plaisir aux invités." L'équipe se prépare maintenant à présenter l'excellence des arts de la table à la française dans le monde, et auprès des centres de formation.

HÉLÈNE BINET

Le bureau directeur de l'équipe de France des arts de la table

- **Guy Etchegoinberry**, président
- **Dominique Fabre**, vice-président et sélectionneur
- **Denis Férault**, trésorier et responsable du service en salle
- **Michel Roth**, cofondateur et capitaine de l'association
- **Bernard Vaussion**, cofondateur
- **Gilles Poyac**, cofondateur
- **Olivier Bajard**, cofondateur
- **Patrick Subreville**, responsable de la logistique
- **David Bachoffer**, secrétaire général
- **Gérard Rapp**, président d'honneur

“La vitalité de nos professions profite à tous”

Saint-Malo (35) Avec un ton résolu et volontaire, Roland Héguay a ouvert les débats du 59^e congrès du syndicat de la rue d'Anjou, revendiquant un secteur créateur d'emplois et moteur de croissance.



L'Umih en congrès dans la cité corsaire

Roland Héguay, Hervé Bécam et Brigitte Delaunay, présidente de l'Umih Côte d'Émeraude, qui accueille le congrès national 2011.

création de nouvelles Umih, celles de Loire-Atlantique - avec pour président **Emmanuel Fougères** -, du Maine-et-Loire - avec pour président **Luc Fautras** - et de la Guyane-Antilles”. L'Umih sur le pont. **SYLVIE SOUBES**

UNE RÉFORME DES STATUTS MENÉE À BIEN

À propos du relèvement du taux de TVA à 7 %, Roland Héguay évoque avant tout l'équité. Pour lui, pas

Dans le contexte de crise que nous vivons, nos métiers font figure d'exceptions. Depuis l'entrée dans le contrat d'avenir, plus de 100 000 emplois ont été sauvés ou créés dans nos entreprises. Elles investissent à plein régime pour préparer l'avenir. Partout ailleurs, on ne crée plus d'emplois. On en détruit. Et si le contrat d'avenir a aidé, et a permis des avancées sociales pour nos salariés, il a aussi rapporté 2 milliards d'euros par an aux comptes publics. Oui, la vitalité de nos professions profite à tous.” C'est sur ces paroles et un ton résolu et volontaire que le président confédéral, **Roland Héguay**, a ouvert le 59^e congrès de l'Umih à Saint-Malo, revendiquant un secteur créateur d'emplois et moteur de croissance. “Une vérité que nous ne cesserons d'asséner. Et de démontrer.”

question qu'il y ait de distorsion entre les hébergements marchands ou les différentes restaurations. Peu après c'était au tour d'**Hervé Bécam**, vice-président de l'Umih, de prendre la parole pour le rapport moral. “Trugarez d'an holl, digemer mad he bro Sant Malo” a-t-il lancé sous les applaudissements [‘Merci d'être venus et bienvenue à Saint-Malo’, NDLR]. Un clin d'œil en breton bienvenu puisque, selon l'enquête Ifop/L'Hôtellerie-Restauration, c'est en région Bretagne que l'on compte le plus grand nombre de professionnels syndiqués. Devant une salle remplie et assidue, Hervé Bécam a ensuite confirmé, entre autres, que la réforme des statuts avait été menée à bien. Il s'est également félicité des liens étroits et constructifs entre la rue d'Anjou et Umih Formation et de “la renaissance ou la



Brigitte Delaunay a appelé son conseil d'administration sur scène, dont les membres se sont très investis dans le succès du congrès.



RETROUVEZ LE CONGRÈS DE L'UMIH EN VIDÉO AVEC LE MOT-CLÉ **RTR517612** SUR LE MOTEUR DE RECHERCHE DE **WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR**.

Adoptée en Conseil des ministres

Au menu du 4^e projet de loi de finances rectificative, le relèvement du taux réduit de TVA à 7 % et la suppression de la taxe de 2 % sur les nuits d'hôtels.

La TVA à 7% pour toutes les formes de restauration

Le 4^e projet de loi de finances rectificative pour 2011 intègre les mesures du deuxième plan de rigueur annoncé par le Premier ministre **François Fillon**, le 7 novembre dernier. Le texte a été adopté le 16 novembre en conseil des ministres.

Deux mesures intéressent plus particulièrement le secteur de l'hôtellerie-restauration. L'article 2 supprime la taxe de 2 % sur les nuitées d'hôtels de 200 € et plus. Cette taxe avait été instaurée par la seconde loi de finances rectificative pour compenser la perte de recettes de 90 M€ due à l'abandon du relèvement de la TVA sur les parcs d'attraction. Le texte prévoit que cette taxe est supprimée à compter

du 1^{er} novembre 2011, c'est-à-dire à la date de son entrée en vigueur. L'article 11 prévoit la création d'un second taux réduit de TVA à 7 % qui s'appliquera sur l'ensemble des biens et services actuellement soumis au taux réduit de 5,5 %, à l'exception des produits alimentaires, des équipements et services pour les personnes handicapées, des abonnements relatifs aux livraisons de gaz et d'électricité ainsi que la fourniture par réseau de chaleur produite à partir d'énergies renouvelables. Restent soumis au taux réduit de 5,5 % les opérations d'achat, de vente de livraison portant sur l'eau et les boissons non alcooliques ainsi que les produits alimentaires à

l'exception des produits suivants qui restent soumis à une TVA à 19,6 % : les confiseries, certains chocolats comme le chocolat blanc, au lait ou fourré, mais aussi les margarines et graisses végétales et le caviar. Le foie gras, lui, est taxé à 5,5 %.

ÉVITER LA DISTORSION DE CONCURRENCE

Cet article prévoit l'uniformisation des régimes de la restauration et la vente à emporter avec l'application du taux réduit à 7 % pour tous. Ce qui veut dire que le sandwich vendu dans un restaurant traditionnel ou rapide, dans un café, une boulangerie ou une grande surface sera soumis à une TVA à 7 %. Ce taux s'appliquera aussi à la

restauration collective. L'objectif étant de ne pas instaurer de distorsion de concurrence entre les différents acteurs économiques et d'en élargir l'assiette au plus grand nombre. En revanche, la fourniture de logement et de nourriture dans les maisons de retraite et les établissements accueillant des personnes handicapées continueront à bénéficier du taux réduit de 5,5 %. Enfin, le texte procède, en conformité avec le droit communautaire, à la suppression du taux de 2,10 % de TVA applicable aux recettes réalisées sur les entrées des 140 premières représentations de concerts données dans les établissements où il est servi facultativement des consommations pendant le spectacle. **PASCALE CARBILLET**

En bref



Bocuse d'or Europe : les 20 pays participants dévoilés

Les 20 et 21 mars prochains, dans le cadre d'Horeca Life à Bruxelles, vingt chefs venus de toute l'Europe s'affronteront pour remporter le titre du Bocuse d'or Europe et tenter de se classer dans les douze

premières places qualificatives pour la finale du Bocuse d'or 2013. La sélection accueille la Bulgarie pour la première fois et on note le retour du Luxembourg et de la République tchèque. Outre ces deux pays, les 18 autres

nations participantes seront : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Hongrie, Islande, Italie, Luxembourg, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, Russie, Suède et Suisse.

Il sera officiellement intronisé en mars prochain Jan Recourt devient le premier président de l'Umih du Lot

L'Umih du Lot est officiellement créée. **Jan Recourt** en sera le président. La première assemblée générale qui validera sa nomination ainsi que celle du bureau, aura lieu le 14 mars prochain à Cahors, a annoncé **Guy Pressenda**, président de l'Umih Midi-Pyrénées. Le bureau sera composé de 10 membres issus de la restauration et de l'hôtellerie. Le Lot était le seul des 8 départements de la région Midi-Pyrénées à ne pas avoir de représentation de l'Umih. Jusque-là, la Confédération des professionnels

indépendants de l'hôtellerie (CPIH) était le syndicat le plus représentatif des métiers de bouche dans ce département. "Nous n'avons pas déclaré la guerre à la CPIH. Nous avons senti qu'il y avait un besoin de renouveau. Des cuisiniers et hôteliers du Lot nous ont sollicités, des personnes étaient disponibles et volontaires", a précisé Guy Pressenda. Dans un premier temps, les tâches administratives inhérentes au fonctionnement de l'Umih 46 seront assurées par le secrétariat de l'Umih



Jan et **Hélène Recourt**, propriétaires de l'hôtel-restaurant La Garissade à Labastide-Murat (46).

Midi-Pyrénées. D'origine mexicaine, Jan Recourt, marié à **Hélène**, une Française, est installé en France depuis vingt-sept ans. Le couple, qui s'est connu à l'école hôtelière de Lausanne, a repris en 1984 La Garissade à Labastide-Murat, l'hôtel-restaurant qui appartenait au père d'Hélène.

BERNARD DEGIOANNI

En bref

Fête de la gastronomie : choisissez le thème



Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État au Commerce, souhaite associer le grand public au choix du thème de l'édition 2012 de la Fête de la gastronomie. L'élection est déjà lancée sur

la page Facebook de l'événement (www.facebook.com/fete.gastronomie) et se poursuivra ensuite sur le site www.fete-gastronomie.fr. Trois propositions sont soumises au vote : 'éloge de la main : savoir-faire et transmission' ; 'terroirs : tradition et création' et 'cuisinons ensemble : partage et convivialité'. À l'occasion de la première édition de la Fête de la gastronomie, près de 6 000 événements festifs, originaux et solidaires avaient été organisés en France et à l'étranger, mobilisant plus de 75 000 professionnels et amateurs. Un sondage a révélé que 92 % des Français estiment que cette manifestation est une bonne initiative pour promouvoir la diversité et l'excellence de la cuisine française et que 97,8 % d'entre eux souhaitent qu'elle soit renouvelée. La prochaine édition est prévue le samedi 22 septembre 2012, premier jour de l'automne.

L. C.

AIM HOTEL & TOURISM MANAGEMENT ACADEMY

UN GRAND MERCI

À NOS ENSEIGNANTS, AUX HÔTELIERS ET RESTAURATEURS ET À NOS ETUDIANTS

qui ont permis à notre école d'être désignée pour la 3^{ème} année consécutive parmi les 3 meilleurs établissements en France*

www.aim.fr

* Classement SMBG 2011-2012

En bref

Sortie du guide 'Michelin Belgique-Luxembourg 2012'



Le guide *Michelin Belgique-Luxembourg 2012* met à l'honneur une jeune génération de chefs et parle d'un "souffle nouveau". À commencer par **Gert De Mangeleer**,

qui se voit honoré d'une troisième étoile dans son restaurant Hertog Jan, à Sint-Michiels, près de Bruges. Accompagné de son sommelier **Joachim Boudens** et de toute son équipe, il conçoit ses assiettes selon la devise : 'simplicity is not simple'. Du côté des deux étoiles, les tables qui 'méritent un détour', Le millésime 2012 récompense le travail de **Filip Claeys**, du De Jonkman à Sint-Kruis près de Bruges, **Viki Geunes**, t'Zilte à Anvers, et **Pascal Devalkeneer**, Le Chalet de la Forêt, à Uccle (Bruxelles).

En vente depuis le 24 novembre
• Prix : 19,95 € en Belgique et 19,38 € au Luxembourg.

Notoriété des syndicats

Gérard Guy, président de la CPIH, réagit à la publication de notre enquête sur la notoriété des syndicats du secteur.

Réaction de la CPIH à l'enquête Ifop-L'Hôtellerie Restauration



Gérard Guy, président de la CPIH.

Gérard Guy, président de la Confédération des professionnels indépendants de l'hôtellerie (CPIH), réagit à l'enquête publiée dans *L'Hôtellerie Restauration* n° 3264 du 17 novembre 2011.

"*L'Hôtellerie Restauration* a trouvé utile de réactualiser l'enquête, déjà réalisée à sa demande par l'Ifop en

2005 concernant la notoriété des syndicats patronaux. Mon observation est liée aux résultats proprement dits : 34 % de notoriété en faveur de l'Umih, contre 3% à la CPIH, au Synhorcat et à la Fagih... Je ne suis pas absolument convaincu qu'il existe aujourd'hui un écart aussi large entre un syndicat et ses trois 'outsiders', je pense même le contraire. Par ailleurs, je trouve particulièrement étrange que

ceux-ci se retrouvent à égalité sur une même ligne d'arrivée, à savoir 3 % ! Pour conclure, je crains pour ma part que la publication d'un tel sondage, loin de contribuer à la nécessaire solidarité entre les groupements professionnels dans la période actuelle, aura plutôt eu pour effet de semer le trouble et la suspicion alors que le dialogue entre les uns et les autres n'a jamais été aussi ouvert."

6 L'actualité

Le groupement compte 450 membres

Pour son prochain congrès, qui se tiendra à Vienne (Autriche), l'association européenne des directeurs d'hôtels va plancher sur l'hôtel du futur. Des visites de projets avant-gardistes sont déjà prévues.

Les managers d'hôtels européens à la recherche de l'établissement du futur

Michel Fernet, premier vice-président, et Peter Bierwirth, président de l'EHMA.



Michel Fernet, premier vice-président de l'EHMA (European Hotel Managers Association, ou association européenne des directeurs d'hôtels) se plaît à rappeler l'importance qu'occupe l'association dans la vie de ses membres : elle noue des liens dans une activité trop souvent déshumanisée. "Nous comptons aujourd'hui environ 450 membres, dont 350 actifs. Nous avons 12 délégués généraux nationaux", dit-il, sachant qu'un pays peut bénéficier

d'un délégué général à partir du moment où il a constitué un réseau de 10 membres. "Nous pourrions être plus nombreux, mais je ne le souhaite pas. Je préfère la qualité à la quantité. En revanche, il existe encore des pays où nous sommes encore trop peu nombreux et qui ne peuvent pas avoir de délégués comme les pays de l'ex-URSS ou les pays scandinaves. Nous devons mieux nous y faire connaître pour créer de nouveaux réseaux. Les membres sont choisis intuitu personae et non d'après le

nom de leur établissement, cela rend les liens plus solides."

Mais si l'association fonctionne bien, c'est aussi parce qu'elle dispose à sa tête d'une structure qui véhicule ses valeurs. "Nous formons le 'directoire franco-germanique'", déclarent de concert Michel Fernet et Peter Bierwirth, président de l'association. Car les deux hommes sont très proches et complémentaires, chacun respectueux des idées de l'autre. C'est sans doute aussi cette atmosphère amicale et bienveillante que viennent chercher les 300 à 400 participants annuels au congrès de l'EHMA.

PARRAINAGE DE DEUX ÉCOLES PRESTIGIEUSES

Cette année, les conférences seront consacrées à l'hôtel du futur. La première journée du congrès sera dédiée aux nouvelles technologies et à tout ce qui peut évoluer en termes de services au sein de l'hôtel. Elle sera parrainée par l'école hôtelière de Lausanne, et les élèves

exposeront le fruit de leurs réflexions. Lors de la deuxième journée, ce sont les problématiques environnementales, managériales ou de gestion qui seront abordées. Cette journée sera parrainée par la Cornell University. Le choix du parrainage de ces deux écoles n'est pas un hasard. "Ces deux écoles vont marquer leur journée de leur style et de leur savoir-faire", déclare Peter Bierwirth. Les Européens vont parler d'amélioration des services alors que les Américains, plus théoriciens, parleront davantage gestion et management."

Aujourd'hui, l'EHMA est fière de son identité et souligne que, dans cette période de crise, elle prend tout son sens. "70 % de nos membres sont en poste, et le congrès est une façon pour eux de s'évader du quotidien. Il est essentiel de préserver notre image et notre entente européenne", déclarent en chœur Michel Fernet et Peter Bierwirth.

EVELYNE DE BAST

www.ehma.com

Enquête

Lundi 14 novembre, l'Association française des maîtres restaurateurs (AFMR) proposait à ses membres de découvrir l'enquête Atout France/BVA/José-Pierre Cholvy sur le titre de Maître restaurateur et sur les pratiques des Français en restauration. Principaux résultats.

1 consommateur sur 10 connaît le titre de Maître restaurateur

L'Association française des maîtres restaurateurs (AFMR), présidée par Francis Attrazic, s'est réunie, pour la première fois, en assemblée générale à l'Espace Rungis. Créée à l'initiative des Restaurateurs de France et des Cuisineries gourmandes, elle s'est donné pour objectif la promotion du titre de Maître restaurateur. À l'occasion de cette assemblée générale, les principaux résultats d'une enquête Atout France/BVA/José-Pierre Cholvy* sur le titre de Maître restaurateur et sur les pratiques des Français en restauration ont été présentés.

La restauration rapide est consommée par 9 répondants sur 10 et la restauration avec service à table par 8 sur 10, avec pour cette catégorie des taux de fréquentation régulière de 43 % (contre 38 % pour la restauration rapide) ; 70 % fréquentent les deux univers. La restauration à table inclut les restaurants traditionnels (gastronomiques, brasseries, auberges) et les restaurants thématiques (pizzerias, crêperies...) ; la restauration rapide regroupe les fast-foods, les self-services, cafétérias et les circuits alternatifs (boulangerie, traiteur, supérettes type dailymonop...). Au-delà du prix, les premiers critères de choix sont 'l'assurance de produits frais et cuisinés sur place' et 'la qualité de l'accueil, du service'. Le consommateur fréquent de restauration à table est majoritairement masculin et

francilien. Pour la restauration rapide, les 18/24 ans sont les plus représentés.

UN LABEL ATTIRE LE CONSOMMATEUR

La première raison de fréquenter la restauration à table est liée au plaisir et à la détente. Viennent ensuite les sorties en couple, puis les occasions particulières :

anniversaires, fêtes de familles, sorties entre amis, vacances. Parmi les critères incitatifs qui motivent à choisir un restaurant plutôt qu'un autre : un label de qualité sur le service et les produits utilisés arrive en 1^{re} position, avec 70 % des réponses pour les utilisateurs fréquents et 59 % parmi les occasionnels. On trouve ensuite l'inscription dans un guide. L'avis des internautes ferme la marche avec 48 % pour les clients fréquents et 37 % pour les occasionnels. Concernant le label de qualité, il devrait garantir prioritairement l'utilisation de produits majoritairement frais et cuisinés sur place (36 % en première citation, 83 % en citation globale), le savoir-faire du cuisinier et de ses équipes (71 % et 19 %), un accueil chaleureux

et un service professionnel (62 % et 8 %), mais aussi l'utilisation de produits locaux (59 % et 19 %), l'affichage et la garantie de l'origine des produits utilisés (58 % et 14 %), la variété de la carte (35 % et 6 %) et l'aménagement du cadre (25 % et 3 %). Si l'on étudie les différences entre personnes allant régulièrement dans un restaurant avec service à table et les occasionnels,



Le panonceau Maître restaurateur.

ces derniers sont encore plus sensibles à l'utilisation de produits majoritairement frais cuisinés sur place (85 % des réponses contre 82 %) et sur l'utilisation de produits locaux (63 % contre 57 %) pour le label de qualité. Le titre de Maître restaurateur est connu par un consommateur sur dix, et plus particulièrement par ceux qui y vont souvent. La labellisation par l'Unesco du repas gastronomique des

Français est connu par 4 consommateurs sur 10, et un tiers des consommateurs ont entendu parler de la Fête de la gastronomie.

SYLVIE SOUBES

* Enquête auprès de 1 000 internautes français respectant la structure sociodémographique de la population française (Insee).



B. LOISEAU
- 5,41 %



GROUPE FLO
- 11,53 %



SODEXO
- 5,16 %

Restauration

Une “cuisine qui vient du cœur”

Paris (XVII^e) Ouvert il y a trois mois, MaSa, le nouvel établissement du chef dijonnais, a fait des débuts remarquables dans la capitale.

Hervé Rodriguez, le manipulateur de saveurs



Hervé, en cuisine, Sophie en salle, le duo de MaSa.



Une salle de 130 m² conçue en trois espaces. Le client choisit.

gnocchi de pois chiches, poutargue et socca. La carte comprend 6 entrées, 5 plats et 4 desserts. L'importante clientèle de cadres plébiscite la formule déjeuner à 28 € (entrée + plat ou plat + dessert) ainsi que le menu dégustation à 48 € en 4 services. Face à une clientèle de quartier qui quitte souvent la capitale les week-ends, Sophie et Hervé Rodriguez ont décidé de fermer le samedi et le dimanche. Lorsqu'il y a trois mois, le couple ouvrait les portes de MaSa, il n'avait “ni téléphone ni carte de visite”, raconte Hervé. “Mais dans la précipitation, on a pensé à ouvrir une page Facebook qui a créé le buzz, puis une petite soirée de pré-ouverture, et c'était parti !”

NADINE LEMOINE

MaSa • 22 avenue de Villiers •
75017 Paris • Tél. : 01 46 22 06 10
• www.masa-paris.fr

carte assez courte avec de bons classiques et des vins découverte, plus ‘rock’n’roll.’”
À ses côtés, 3 collaborateurs.

UNE CUISINE D'ÉMOTION

En cuisine (un outil sur mesure de 60 m² avec vue sur la salle), Hervé Rodriguez est secondé par **Anthony Detemmermann** qui travaille avec lui depuis cinq ans. Ils sont 5 au total. “Chaque assiette est pensée à partir d'un produit. C'est un long travail de réflexion. Je fais, défais et refais jusqu'à ce que l'association entre les différentes textures et les accords entre les saveurs soient logiques”, explique le chef qui revendique une “cuisine d'émotion qui vient du cœur. Quand je ne ressens plus un plat, je ne le fais plus.”

Le Quasi de veau à la plancha, truffes, artichauts, citron jaune et roquette est resté : les clients du Domaine de la Corniche, l'établissement dans lequel Hervé Rodriguez exerçait précédemment, font le détour par le XVII^e arrondissement pour retrouver ce plat. Ils succombent aussi à son Bœuf auskobé, avocat façon guacamole,

C'est un garage du XVII^e arrondissement de Paris, un vaste espace en béton, que **Sophie** et **Hervé Rodriguez** ont visité il y a plus de deux ans en essayant d'imaginer s'ils pourraient en faire le restaurant de leurs rêves. Ils ont plongé et ont créé

MaSa : ‘Ma’ pour manipulateur, ‘Sa’ pour saveurs. Si, aujourd'hui, ils savourent les débuts remarquables de leur établissement, ils ont quand même traversé de rudes épreuves avec retards et complications en tout genre. L'ouverture a eu lieu en août dernier, soit un an après la date prévue. Formé chez **Jacques Lameloise**, ancien chef de la Mère Bourgeois à Priay (01) et du Domaine de la Corniche à Rolleboise (78), **Hervé Rodriguez** a pu créer son établissement à sa guise. En collaboration avec son cousin architecte et scénographe, **Pascal Rodriguez**, le chef dijonnais a imaginé trois espaces différents côté salle (130 m²), divisibles, avec un vrai travail sur les couleurs, soit plusieurs atmosphères au choix du client. Un puits de lumière illumine des banquettes en lin gris. L'enveloppe pour la décoration atteint les 100 000 €.

Le restaurant a une capacité de 70 couverts. En salle, c'est Sophie, son épouse, fille de restaurateurs (La Chouette à Dijon, 21), sommelière de métier, qui accueille les clients et les conseille sur les vins : “Une

VOTRE PARTENAIRE CULINAIRE

2 appareils en 1 !



robot coupe®

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

8 Restauration

“Un niveau rarement atteint”

Trophée Masse : David Alessandria touche au but

Un jury d'exception présidé par **Anne-Sophie Pic** (1), une organisation sans faille dans l'enceinte de l'institut Paul Bocuse d'Écully, cinq finalistes de haut niveau (2) : la dernière étape du trophée Masse a tenu ses promesses. Depuis plus de vingt ans, le trophée lancé au départ à l'initiative de **Christiane Masse** et qui porte le nom de sa famille, permet aux cuisiniers de décliner le foie gras sous toutes ses formes. Désormais sous la houlette de **Sabine Masse**, épouse de **Frédéric**, le 'patron' de la maison, il perdure. Cette année, sous la haute main d'Anne-Sophie Pic et **Christophe Bacquié** associés pour superviser les épreuves, le défi était simple : travailler un lobe de foie gras entier. Un excellent moyen pour les jurés de vérifier si les finalistes issus des sélections régionales maîtrisaient parfaitement la cuisson de ce produit. La réponse est oui. “Nous étions tout à fait dans l'esprit de la cuisine d'aujourd'hui avec une réelle maîtrise de la part des candidats”, affirme la première. “Je suis ce concours depuis plusieurs années, et je constate que nous avons enregistré un niveau rarement atteint”, ajoute le second.

“CRÉATEURS D'ÉMOTIONS”

Premier lauréat désigné, **Philippe Rodrigues** qui exerce ses talents sur l'île

de Ré : il a parfaitement associé son plat avec les vins d'Alsace et sa prestation a été remarquée. Second vainqueur de la journée avec à la clé le trophée créé par **Nathalie Petit** et une foule de cadeaux : **David Alessandria**. Ce cuisinier de 28 ans, qui exerce au Château des Comtes de Challes à Challes-les-Eaux (73), est un habitué des concours. Finaliste du MOF cette année après avoir terminé second du trophée Coq Saint-Honoré en 2008 et du trophée Jean Delaveyne en 2009, il s'est enfin imposé. Ses pièces de cocktail sur la base de jeux d'enfants, mais aussi de formes, de couleurs et de textures puis son Lobe de foie gras contisé de magret fumé, jus de canard au café, escalope laquée aux agrumes, laitues braisées farcies d'une douceur de topinambours, lui ont valu



L'ensemble des finalistes du trophée Masse avec les membres du jury.

Déjà vainqueur de l'épreuve régionale en 2009, il avait échoué en finale. Ce lundi 7 novembre à l'institut Paul Bocuse, le cuisinier de Challes-les-Eaux est allé au bout de son idée et s'est imposé.



Sous le regard de **Philippe Rodrigues**, **David Alessandria**, qui tient son trophée, savoure sa victoire avec **Anne-Sophie Pic**, **Sabine** et **Frédéric Masse**.

les faveurs du jury. “J'ai longtemps rêvé de gagner ce concours et je touche enfin au but”, avoue-t-il. “Nous avons mis les mots de générosité et de passion dans notre démarche. Des chefs de talent se sont impliqués et c'est tout simplement extraordinaire de vivre pleinement

ce concours des créateurs d'émotion”, confiaient en chœur Sabine et Frédéric Masse. “On se sentait chez nous, on se sentait tout à fait bien”, déclarait encore Anne-Sophie Pic, résumant le sentiment général de la brochette de cuisiniers de talent aux manettes de ce concours qui a pris sa place parmi les manifestations incontournables de la profession.

JEAN-FRANÇOIS MESPLÈDE

(1) Figuraient également en tant que présidents des jurys régionaux : Jean-Yves Guého (Nantes), Guillaume Gomez, Philippe Jourdin, Nicolas Stamm. Le jury comptait par ailleurs Henri Charvet, Philippe Jousse, Pascal Grière, Christophe Roure, Guillaume Royer, Christophe Pacheco, Stéphanie Le Quellec, Flora Mikula, Sylvie Grucker et Daniel Rameau.

(2) Outre Philippe Rodrigues et David Alessandria, Rémi Robert (Moulin de Mougins, 06), Frédéric Lefèvre (La Carambole à Schiltigheim, 67) et Alix Dubreuil (Domaine de la Corniche à Rolleboise) étaient finalistes.

Récompensé pour le “nouveau souffle” qu'il a apporté

Le chef-patron des restaurants parisiens Le Chateaubriand et Le Dauphin a reçu le 15 novembre des mains d'Yves Camdeborde ce trophée convoité dans les salons du Sénat à Paris.

Inaki Aizpitarte reçoit le prix Gastronomades du chef de l'année

Les Gastronomades, qui se dérouleront du 25 au 27 novembre à Angoulême, ont dévoilé le 15 novembre en avant-première les Prix 2011. Le prix Gastronomades du chef de l'année, déterminé grâce aux votes des cuisiniers ayant obtenu le titre lors des précédentes éditions, échoit à **Inaki Aizpitarte**. **Yves Camdeborde**, ancien lauréat, a rendu hommage au lauréat en estimant qu'“il a donné un nouveau souffle à la gastronomie française, une vision novatrice”. Ravi et “étonné”, le chef du Chateaubriand a dédié “ce prix à [s]on équipe de salle et de cuisine” : “Je suis particulièrement touché qu'il me soit remis par **Yves Camdeborde**, initiateur de la bistronomie, dont j'ai toujours admiré le travail.”



Yves Camdeborde a remis à **Inaki Aizpitarte** le prix Gastronomades du chef de l'année.

à Londres et New York ; “c'est un symbole pour la profession”, a-t-il estimé. Le prix Gastronomades de la campagne publicitaire, parrainé par le magazine *Stratégies* revient à Naturalia et son agence Leg. Celui de l'initiative gastronomique a valeur de soutien au Programme national pour l'alimentation, programme interministériel piloté par le ministère de l'Agriculture, qui réunit

tous les maillons de la chaîne de l'alimentation, du producteur au cuisinier. Il est destiné à promouvoir la diversité et la qualité des produits, mais aussi l'accessibilité de tous aux bons produits. Le livre de l'année ? Il s'agit de *Saveurs sauvages, 28 chefs cuisinent le gibier*, par **Julien Fouin** et **Carrie Solomon**, chez Kéribus Editions. Quant au prix Gastronomades de la révélation culinaire de l'année, il récompense le chef **Marco Rossi**, du restaurant Rossi & Co à Paris et sa cuisine napolitaine inspirée.

NADINE LEMOINE

www.gastronomades.fr



De g. à d. : **Inaki Aizpitarte**, **Catherine** et **Gilles Verot**, **Michel Boutant**, président du conseil général de Charente, **Louis Gillet**, président des Gastronomades, **Marco Rossi**, **Nicole Bonnefoy**, sénatrice de Charente, **Pascale Briand**, **Carrie Solomon** et **Julien Fouin**.

“UN SYMBOLE POUR LA PROFESSION”

D'autres prix ont été décernés, cette fois par un jury présidé par **Jean-Pierre Audour**. Le prix Gastronomades de la personnalité récompense le charcutier **Gilles Verot**, associé à **Daniel Boulud**

Avec son sandwich à un euro

La jeune enseigne poursuit son ascension avec l'ouverture de deux nouvelles boutiques à Paris.

GoÛtu part à l'assaut de la capitale

GoÛtu - enseigne fondée par Noam Dahan et sa femme Tania - a vu le jour en 2009, avec une boutique rue Le Peletier (Paris, IX^e). Ses sandwiches à 1 € avaient fait sensation. Aujourd'hui, deux nouveaux points de vente ouvrent simultanément. "GoÛtu a très vite eu ses habitués. Au total, on a reçu 2 000 demandes de franchise en France et à l'étranger : un vrai espoir pour un concept que l'on voulait exporter dès le départ", explique le jeune entrepreneur, ingénieur de formation. Le concept GoÛtu a reçu le grand prix des jeunes créateurs du commerce Unibail-Rodamco en 2010. Une distinction qui a permis à ses créateurs d'obtenir une aide financière pour s'installer dans le palais des congrès (Paris, XVII^e) et rue du Marché-Saint-Honoré (Paris, I^{er}). "Ce concours a été un formidable tremplin. Nous avons rencontré beaucoup de professionnels qui nous ont aidés à redresser notre concept. C'est un enjeu colossal : si GoÛtu est viable au palais des congrès, nous aurons la possibilité de collaborer avec eux par la suite..."

SANDWICHES À 1, 2 OU 3 €

Pour faire face à son expansion, l'enseigne a changé de stratégie : un seul laboratoire de production existe, il est situé dans la boutique la plus grande, celle du palais



Pour avoir créé le concept GoÛtu, Noam Dahan a reçu le grand prix des jeunes créateurs du commerce Unibail-Rodamco.

des congrès (129 m²). Tout y est préparé le matin, puis réparti dans chacune des boutiques. Au choix, salades (3 à 4,5 €), desserts (2 ou 3 €), boissons (1,5 €), et sandwiches préparés à la demande au comptoir, avec formule 'menu board' (7,50 à 8 €). Le pain est frais et cuit sur



À 1, 2 ou 3 € le petit pain est le même, seule la garniture change.

place, les fruits et légumes de garniture sont variés et de saison. Seul bémol : on ne retrouve plus 'que' 22 sandwiches sur la carte, contre 30 initialement. "Pour pouvoir dupliquer le concept, il fallait une carte plus courte", explique Noam Dahan. Les sandwiches de 12 cm ont gardé leur tarif à 1 €, avec au choix : jambon blanc, concombre-cream cheese, œufs

mimosa-tartare de crudités... Pour 2 ou 3 €, c'est la garniture qui change : caillé de chèvre-tomates confites, blanc de dinde-coleslaw, thon... Et pour 1 € de plus, un pain au bacon-fromage, au saumon mariné-dukka, aux crevettes roses... Le best-seller reste le jambon cru-roquette-parmesan. Un sandwich à 1 € est-il rentable ? "On ne perd pas d'argent, assure Noam Dahan C'est un prix d'appel permanent et une porte d'entrée pour GoÛtu. Avec un bon pain, des ingrédients peu chers, on peut arriver à faire quelque chose de goûteux." L'offre s'est enrichie de livraisons 6 jours sur 7, exclusivement réservées aux entreprises, et un coin café sera prochainement lancé, avec des sandwiches sucrés à 2 € et un frozen yogourt - uniquement au palais des congrès. "Nous allons ouvrir deux autres boutiques en propre en 2012, pour arriver à cinq au total. On attaquera la franchise ensuite en France, voire à l'étranger", conclut Noam Dahan.

HÉLÈNE BINET

www.goutu1.com



La première boutique GoÛtu, rue Le Peletier.

GOÛTU

51 rue Le Peletier
75009 Paris
Tél. : 01 40 23 98 40

11 rue du Marché-Saint-Honoré
75001 Paris

Palais des congrès de Paris
2 place de la porte Maillot
75017 Paris
Tél. : 01 45 72 39 04

En bref

Deux nouveaux actionnaires au capital de Planet Sushi



La chaîne de restauration Planet Sushi a annoncé l'entrée dans son capital de deux actionnaires de référence, les sociétés d'investissements Céréa et Azulis, qui apportent 30 M€ destinés à financer le développement du groupe en France et à l'étranger. Créé en 1998 par Siben N'Ser,

Planet Sushi dégage actuellement un chiffre d'affaires annuel de 50 M€, avec une cinquantaine de sites en France et à l'international. À l'issue de l'opération, le dirigeant du groupe en détiendra la moitié du capital. "Je suis très heureux d'accueillir à mes côtés des investisseurs qui connaissent bien les spécificités de la restauration et vont accompagner nos équipes dans cette nouvelle phase de l'aventure Planet Sushi, dont l'ambition est d'atteindre plus de 200 points de vente d'ici à 2015", a expliqué Siben N'Ser.

Les Chefs en Or

CONCOURS TRANSGOURMET

Osez l'épreuve !

Sélection Chefs
6^{ème} édition
présidée par Michel Roth
Le Poulet de Bresse
Le Sang
L'Oignon des Cévennes

Sélection Apprentis
4^{ème} édition
présidée par Christian Le Squer
Le Saint-Pierre
La Seiche
La Pulpe de Passion

Partenaires Officiels

Engagé à vos côtés

Inscriptions jusqu'au 15 février 2012
Plus d'informations : 01 60 13 79 44
ou www.transgourmet.fr

↘ ACCOR
- 9,19 %

↘ SBM
- 5,37 %

↘ HÔTELS DE PARIS
- 2,56 %

↘ CLUB MED
- 3,56 %

↘ GROUPE PARTOUCHE
- 9,38 %

Hôtellerie

Transformée en 2004 en hôtel-restaurant

Pau (64) L'association est inédite. L'ex-rugbyman Stéphane Carella, le basketteur Boris Diaw et l'écrivain Frédéric Beigbeder ont racheté cet été ce lieu d'histoire et de charme bâti en 1865.

Des ambassadeurs de choix pour la Villa Navarre

Lancement réussi : l'inauguration de la Villa Navarre le 23 septembre a rassemblé quelque 700 invités et non des moindres : **Tony Parker, Joey Starr, Éric Judor, Vanessa Demouy**, et bien sûr le député des Pyrénées-Atlantiques **François Bayrou**... Cette adresse discrète, nichée dans un parc de 2 ha ouvrant en panoramique sur la chaîne des Pyrénées, a été rachetée cet été par un trio d'associés inédit : l'ex-rugbyman international **Stéphane Carella**, le basketteur du championnat américain NBA **Boris Diaw** et l'écrivain **Frédéric Beigbeder**. Ce dernier renoue là avec son enfance : en 1939, la maison avait été achetée par son grand-père **Charles**, avant d'être revendue. En 2004, le bâtiment avait été transformé en hôtel

La Villa Navarre compte 30 chambres dont 8 suites.



Un trio de choc : de gauche à droite, l'écrivain **Frédéric Beigbeder**, l'ex-rugbyman et directeur **Stéphane Carella**, et le basketteur **Boris Diaw**.

par l'ancien propriétaire, **Patrick de Stampa** - actuel président de la CCI Pau-Béarn. Il est resté sous enseigne Mercure (groupe Accor) pendant sept ans avant de rejoindre la chaîne volontaire d'**Alain Ducasse**, Châteaux & Hôtels Collection, en avril dernier. Restauré dans les règles de l'art, le manoir de style très british compte 12 chambres cosues avec mobilier d'époque. Au rez-de-chaussée, des pièces en enfilade - tout en boiseries patinées, parquets clairs et cheminées - accueillent le bar, la bibliothèque, les salons et les espaces de restauration. En sous-sol, des salles de séminaires et l'espace forme où se succèdent piscine, hammam, jacuzzi et salle de massages. Et dans le parc, une vaste piscine et un bâtiment offrant 18 chambres dont 8 suites.

DES AMBITIONS CÔTÉ RESTAURATION

"C'est le plus bel hôtel de Pau !", s'enthousiasme le Palois Stéphane Carella pour expliquer cet achat coup de cœur. L'ancien sportif est aujourd'hui un homme d'affaires avisé. Dans la capitale du Béarn, la Villa Navarre est son second hôtel avec le Best Western

La Palmeraie (3 étoiles) acquis notamment avec le footballeur palois de l'AJ Auxerre, **Édouard Cissé**. Stéphane Carella ne cache pas les ambitions pour le restaurant, "Nous visons une étoile Michelin." Les moyens sont là, avec l'arrivée du chef **Patrick Brossé**, du second **Damien Dulas**, et du directeur de la restauration **Marc Cazeils**, tous trois issus d'établissements prestigieux. L'équipe de restauration compte 11 personnes avec les apprentis, dont 6 en cuisine. Sur la table : ris de veau, agneau de lait, turbot... revisités avec un zeste de fantaisie. Et, promis, la Poule au pot, plat préféré du roi de France et de Navarre Henri IV, fera l'objet d'un menu spécial.

BRIGITTE DUCASSE

Villa Navarre • 59 avenue Trespoey • 64000 Pau •
Tél. : 05 59 14 65 65 • www.villanavarre.fr



RETROUVEZ STÉPHANE CARRADE EN VIDÉO AVEC LE MOT CLÉ **RTR617445** SUR LE MOTEUR DE RECHERCHE DE WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

+ 19 % en moyenne dans la capitale

Selon l'indicateur Trivago, en novembre 2011, la nuit en chambre double standard dans une grande ville européenne coûte en moyenne 11 % de plus que l'an dernier à la même période.

Tarifs hôteliers des capitales européennes : Paris flambe, Rome chute

Pour séjourner à Paris, les voyageurs devront déboursier ce mois-ci 166 € en moyenne, soit 19 % de plus que l'an dernier à la même période, selon le Trivago Hotel Price Index (THPI), baromètre des tarifs hôteliers en ligne publié chaque mois par le comparateur de prix d'hôtels www.trivago.fr. La capitale française suit ainsi la tendance européenne générale : le tarif hôtelier moyen pour une nuit en chambre double standard dans une grande ville

européenne a augmenté de 11 % en un an. Bruxelles, Londres, Venise et Genève et Oslo figurent parmi les métropoles affichant les plus fortes progressions de prix, entre 20 et 36 %. Devant la flambée des prix dans ces grandes villes, Paris se range, comme en octobre, en 4^e position des métropoles européennes les plus chères du baromètre Trivago. Genève et Londres occupent les deux premières places, avec des nuitées s'élevant

respectivement à 228 et 205 €. Le haut du classement est complété par de nombreuses capitales d'Europe du Nord : Oslo, Stockholm et Copenhague, mais également Amsterdam et Bruxelles, qui figurent parmi les métropoles européennes les plus chères du mois, avec des nuitées allant de 125 à 177 €. Rome affiche des tarifs moyens de 116 €, soit une baisse de 31 % par rapport au mois d'octobre. La capitale

italienne quitte ainsi les premières places du classement pour se placer en 18^e position des métropoles les plus chères du mois. Quant aux capitales espagnole et allemande, en affichant des prix à la baisse de 7 et de 11 % en un mois, elles se retrouvent dans la 2^e moitié du classement des villes dont les nuitées sont les plus chères. Séjourner à Madrid revient en novembre à 102 € en moyenne et 87 € à Berlin.

Halte de randonnées

L'Auberge de l'Espinouse voit loin

Il faut bien reconnaître une certaine dose de culot à **Claire Roques**, qui a décidé de changer de vie il y a sept ans en abandonnant son activité d'agent immobilier pour épouser le métier d'hôtelier. La jeune femme, qui a aujourd'hui 31 ans, quitte alors les bords de la Méditerranée pour s'installer au cœur du parc naturel du Haut-Languedoc, à l'Auberge de l'Espinouse de Fraïsse-sur-Agout (34). Ce petit hôtel-restaurant est à l'époque laissé à l'abandon, et, avec le soutien financier de son oncle, Claire Roques va entièrement retaper la grande bâtisse en pierre pour aménager une dizaine de chambres et la grande salle du restaurant. Même si

l'Auberge de l'Espinouse est isolée, elle devient une halte pour la clientèle des randonneurs de la montagne Noire, qui viennent aussi goûter la cuisine de terroir (grillades, gibier, truites et charcuterie de Lacaune). "Ce sont les habitués de l'hôtel qui m'ont donné l'idée d'aménager un espace de détente", commente Claire Roques, qui a donc fait construire une salle de fitness et un spa.

UNE LOGIQUE AMBITIEUSE

L'hôtel reste en deux étoiles, avec des tarifs identiques (50 € la nuit), mais peut désormais s'inscrire dans une logique de commercialisation plus ambitieuse. La propriétaire veut désormais mettre



à profit sa formation en BTS tourisme pour proposer de véritables circuits autour de l'Auberge de l'Espinouse. L'objectif est de "demander l'habilitation d'agent de voyages pour nous permettre d'organiser des circuits en complément de l'activité classique de l'hôtel-restaurant, pour une clientèle de groupes en avant et arrière saison", explique Claire Roques.

FRANCIS MATÉO

Auberge de l'Espinouse • Allée des Frênes
• 34330 Fraïsse-sur-Agout • Tél. : 04 67 95 40 46 • www.aubergeespinouse.fr

Claire Roques s'appuie sur son BTS tourisme pour développer les activités de l'hôtel-restaurant.

2 chambres et 6 suites

Le luxe au pied des volcans



Le château du XIX^e siècle est devenu hôtel 5 étoiles dans un parc de 8 hectares.

Construit au XIX^e siècle dans la plaine de la Limagne, entre Clermont et Vichy, le Château la Canière a successivement appartenu à la Marine, puis est devenu un centre de rééducation, et a été enfin transformé en hôtel par un groupe hollandais. Mais cette expérience a tourné court. Alors un industriel local, **Marc Monier**, s'est porté acquéreur en janvier 2010 du bâtiment et a poursuivi les travaux d'aménagement, passant coup sur coup de 4 à 5 étoiles. L'investisseur reste en revanche très discret sur les montants engagés.

Aujourd'hui, l'établissement propose 20 chambres et 6 suites (de 105 à 600 €), de nombreuses salles en enfilade où peuvent être organisés des séminaires : "Une activité florissante, mais qui a beaucoup chuté

Thuret (63) Le Château la Canière est le premier 5 étoiles d'Auvergne.

depuis la rentrée en septembre."

Car Marc Monier espère atteindre rapidement le point d'équilibre pour son entreprise : la commercialisation se met en place en interne et via le réseau Châteaux et Hôtels Collection. Les taux d'occupation sont en progression : "Nous sommes dans la moyenne nationale et au dessous de la moyenne régionale pour ce type d'établissement."

Désormais, les efforts se concentrent sur la restauration pour proposer une table en adéquation avec le cadre et les services de ce 5 étoiles. Un jeune chef doit faire ses preuves, **Jérôme Bru**, 28 ans, ancien second d'Anne-Sophie Pic.

PIERRE BOYER



Château de la Canière • Rue de la Croix Blanche • 63260 Thuret
• Tél. : 04 73 97 98 44 •
www.chateau-la-caniere.com



RETROUVEZ
MARC MONIER
EN VIDÉO
AVEC LE MOT-
CLÉ RTR617415 SUR LE MOTEUR

DE RECHERCHE DE WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Jérôme Bru, le nouveau chef.

À Nogaro (32)

Hôteliers, restaurateurs et cafetiers s'opposent à la mairie et à la chambre de commerce et d'industrie.

Polémique autour de la construction d'un hôtel

Situé sur la commune de Nogaro (32), le projet défendu par un investisseur privé prévoit la construction en 2012 d'un établissement 3 étoiles de



Gérard Ducès (hôtel Solenca), l'un des opposants au projet.

32 chambres, avec un restaurant d'une centaine de places et des salles de réunions sur un terrain acheté à la municipalité. Les hôteliers et restaurateurs, soutenus par l'association des commerçants, y sont opposés car cet hôtel aggraverait, selon eux, "les difficultés qu'ils rencontrent pour vivre de leur activité". "Le taux d'occupation des hôtels est de 42 % par an, le nouvel établissement empruntera suffisamment de clientèle à chacun des établissements existants pour les conduire à la faillite. 32 chambres en plus correspondent à une hausse brutale de 37 % de la capacité d'accueil en hôtellerie traditionnelle", soulignent-ils.

RÉALITÉ ÉCONOMIQUE

Hôteliers et restaurateurs notent que "les compétitions sur le circuit automobile permettent à peine de remplir les établissements locaux de 10 à 20 nuits par an", et que "le Nogaropôle [pépinière d'entreprises située à proximité du circuit, NDLR] qui a démarré en 2005, n'a pas amené les 350 emplois et 900 habitants prévus en 2010".

Le maire de Nogaro, **Christian Peyret**, estime, au contraire, que "le projet hôtelier, validé par la CCI et le comité départemental de tourisme, sera un plus pour la commune".

"La CCI ne tient pas compte de la réalité économique locale", fustige Gérard Ducès, propriétaire de l'hôtel-restaurant Le Solenca.

BERNARD DEGIOANNI

En bref

À Bruxelles, Rocco Forte Hotels met Tintin à l'honneur



Tintin et le secret de la Licorne.

À l'occasion de la sortie du film de Steven Spielberg, *Tintin et le Secret de la Licorne*, l'hôtel Amigo de Bruxelles (groupe Rocco Forte Hotels), situé à proximité de la Boutique Tintin, propose à ses clients un séjour sur les traces du célèbre reporter, avec itinéraires dédiés. Parmi eux, le parc de

Bruxelles et le Palais Royal, mis en scène dans *Le Sceptre d'Ottokar*, ou encore la salle du Théâtre du parc qui a servi de décor dans l'album *Les 7 Boules de cristal*, sans oublier un billet d'entrée pour le Musée Hergé situé à Louvain-la-Neuve, à trente minutes de Bruxelles. L'hôtel offre

aussi une carte de Bruxelles version Tintin, indispensable pour ne pas passer à côté des lieux les plus connus.

www.roccofortehotels.com

Package nuit + petit déjeuner + entrée au Musée Hergé + carte de Bruxelles version Tintin : à partir de 239 € pour 2 personnes.

sur www.lhotellerie-restauration.fr

La mention 'Communauté européenne'
ne suffit pas à indiquer l'origine de vos

www.lhotellerie-restauration.fr

La taxe de 2 % sur les nuits d'hôtels est
er

TOUTEFOIS, RIEN N'EST PARFAIT ET CERTAINS TROUVERONS CYBERHOTEL PAS ASSEZ
CHER À L'ACHAT ET TROP ÉCONOMIQUE À L'UTILISATION.

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



Du 26 au 28
FÉVRIER 2012

• SAINT-MALO •
ESPACE
DUGUAY TROUIN

www.lhotellerie-restauration.fr



9,10€

Taux horaire minimum conventionnel

9,00€

Taux horaire Smic

3,36€

Valeur du repas

2946€

Plafond Sécu

1533Indice du coût de la construction
Révision : + 4,00 %
Renouvellement : + 34,47 %**9,6%**Taux de chômage au 2^e trimestre 2011

Juridique

À partir du 1^{er} décembre

Cette obligation s'imposera à tous les débits de boissons nocturnes, c'est-à-dire autorisés à fermer entre 2 heures et 7 heures du matin.

Bars et discothèques doivent s'équiper en éthylotests

Afin de lutter contre les accidents de la route, causés en premier lieu par une consommation excessive d'alcool, le comité interministériel de la sécurité routière recommandait d'imposer aux établissements titulaires d'une licence de débits de boissons la mise à disposition d'éthylotests, afin que leurs clients puissent mesurer leur taux d'alcoolémie avant de reprendre la route. Les pouvoirs publics ont souhaité rendre obligatoire cette mise à disposition, qui devait être à l'origine d'application volontaire.

C'est chose faite avec la publication d'un arrêté du 24 août 2011 publié au *Journal officiel* du 1^{er} octobre 2011. Cette obligation prendra effet au 1^{er} décembre 2011.

Quels sont les établissements concernés ?

Sont concernés par cette obligation les débits de boissons autorisés à fermer entre 2 heures et 7 heures du matin. Les discothèques, les bars de nuits, les bars à ambiance musicale, les cabarets et les bars d'hôtel sont principalement visés dans la mesure où ils sont ouverts au moins jusqu'à 2 heures et au-delà.

Des éthylotests aux normes

Ces établissements doivent mettre à disposition du public les dispositifs chimiques ou électroniques certifiés permettant le dépistage de l'imprégnation alcoolique. Ces dispositifs doivent bénéficier de la marque NF-éthylotest ou d'une attestation de conformité aux normes.

Le responsable d'établissement choisit librement le dispositif qu'il entend mettre à disposition de ses clients et peut en combiner différentes sortes. Dans tous les cas, il doit s'assurer qu'à tout moment la demande de dépistage peut être satisfaite dans un délai inférieur à quinze minutes.

Un nombre minimum d'éthylotests est exigé

Le *Journal officiel* précise : "Le nombre minimal de dispositifs certifiés permettant le dépistage de l'imprégnation alcoolique est établi en fonction de l'effectif du public accueilli déterminé dans les conditions de l'article R.123-19 du code de la construction et de l'habitation" (c'est-à-dire d'après le nombre de place assises, la surface réservée au public en application des règles de calcul définies selon la nature de chaque établissement par le règlement de sécurité incendie). Ce nombre minimum d'éthylotests doit être établi à l'heure d'ouverture de l'établissement, selon les modalités suivantes :

"1. Si le dispositif retenu est la mise à disposition d'éthylotests chimiques, le nombre d'éthylotests doit



L'affiche signalant les éthylotests doit reproduire, sur un format A4 minimum, ce message et ce pictogramme.

être au moins égal au quart de la capacité d'accueil de l'établissement et ne peut être inférieur à 50."

Vous devez mettre à disposition de votre clientèle au minimum 50 éthylotests chimiques, et ce jusqu'à une capacité d'accueil de 200 personnes. Au-delà, le nombre minimum sera proportionnel : par exemple, un établissement ayant une capacité d'accueil de 750 personnes doit mettre à disposition de sa clientèle au moins 188 éthylotests. Attention à ne pas confondre la capacité d'accueil et le taux de fréquentation.

"2. Si le dispositif retenu est la mise à disposition d'éthylotests électroniques offrant la possibilité de réaliser un nombre limité de souffles :

- au moins un éthylotest doit être prévu pour chaque tranche ou portion de tranche de 300 personnes, au regard de la capacité d'accueil des lieux ;
- 100 le nombre de souffles total disponible pour l'ensemble des éthylotests doit être au moins égal au quart de la capacité d'accueil de l'établissement et ne peut être inférieur à 50 ;
- 3. Si le dispositif retenu est la mise à disposition d'éthylotests électroniques disposant d'un étalonnage annuel sans limitation du nombre de souffles, au moins un éthylotest doit être prévu pour chaque tranche ou portion de tranche de 300 personnes, au regard de la capacité d'accueil des lieux."

Signalez les éthylotests par un affichage

Ces dispositifs de dépistage de l'imprégnation alcoolique, qu'ils soient chimiques ou électroniques, doivent être placés à proximité de la sortie de l'établissement. Ils doivent être visibles et signalés par

un support d'information (reproduit en annexe I de l'arrêté) qui délivre le message suivant au moyen d'un pictogramme : "Soufflez vous saurez. Ici, pour savoir si vous pouvez conduire, demandez un éthylotest."

Ce message doit figurer sur un support au format minimum de 21 x 29,7 cm (format A4) et être centré sur la surface sur laquelle le texte s'affiche (voir modèle ci-contre que vous pouvez télécharger sur le site www.soufflez-vous-saurez.fr).

Le texte rappelle aussi que le responsable d'établissement doit veiller à ce que les éthylotests soient utilisés dans des conditions d'hygiène satisfaisantes. Le cas échéant, il met à disposition de sa clientèle des embouts sous emballage individuel et scellé. En outre, les dispositifs électroniques, fixes ou portatifs, doivent faire l'objet d'une vérification périodique.

N'oubliez pas la notice d'information

Outre le pictogramme, vous devez apposer de manière visible, à proximité immédiate de l'appareil, une notice d'information conforme aux prescriptions figurant à l'annexe II de l'arrêté, qui doit contenir les informations suivantes :

1. usage unique de l'embout ;
2. le seuil maximal d'affichage (0,25 mg/l dans l'air expiré) correspond au seuil contraventionnel fixé à l'article R. 234-1 du code de la route (0,25 mg/l dans l'air expiré correspondant à 0,5 g/l dans le sang) ;
3. la durée maximum d'utilisation entre deux calibrations et/ou le nombre de souffles maximum autorisé par l'éthylotest ;
4. les résultats obtenus au moyen d'un appareil dont la date de calibration est dépassée ou dont le nombre préconisé de mesures est dépassé ne sont pas fiables ;
5. le taux d'alcoolémie maximum est atteint après un minimum de vingt minutes. Toute mesure effectuée préalablement donnera automatiquement un taux d'alcoolémie inférieur au taux réel ;
6. le résultat obtenu n'est pas opposable aux résultats des contrôles effectués par les forces de l'ordre dans le cadre des contrôles légaux ;
7. au-delà de 0,25 mg/l, il est déconseillé de prendre le volant en raison des risques présentés et des sanctions encourues.

L'arrêté précise que cette notice doit être imprimée sur un support papier au format minimum de 21 x 29,7 cm (soit un format A4), mais qui peut être plus grand. En outre, il est précisé que cette affiche doit être en caractères Helvetica (normal ou gras) noirs sur fond jaune.

PASCALLE CARBILLET

Avec un processus d'intégration renforcé

La DRH du groupe Frères Blanc, a été recrutée en 2005 au moment du rachat de l'entreprise familiale par un fonds d'investissement. Elle a mis en place de nombreux dispositifs, avec pour objectif de faire baisser le turn-over et développer une image citoyenne des restaurants du groupe.

PROPOS RECUEILLIS PAR VALÉRIE MEURSAULT

Sophie Chabot, groupe Frères Blanc : "En cinq ans le turn-over est passé de 110 % à 70 %"

L'Hôtellerie Restauration : Quelle est la stratégie du groupe Frères Blanc, six ans après son rachat par un fonds d'investissement ?

Sophie Chabot : Depuis fin 2008, nous sommes dans une phase de stabilisation dans un contexte économique général plutôt tendu. En effet, il s'agit aujourd'hui de consolider et renforcer un groupe qui s'est beaucoup développé depuis son rachat par un fonds d'investissement, fin 2005, filiale de la Caisse des dépôts et consignations. L'entreprise est alors passée d'une culture familiale à une stratégie de croissance externe. Ainsi, le groupe a rapidement acquis de nouvelles brasseries comme La Marée, La Maison du Danemark ou encore La Lorraine, au Luxembourg. Autant d'indépendants qui ont dû s'adapter à une autre culture et à d'autres modes de fonctionnement. Le groupe a également suivi la piste de la création d'une chaîne de brasseries en province, sous la marque Chez Clément. Cette idée a été depuis abandonnée. En effet, l'image de cet établissement était perçue comme trop 'parisienne'. J'ai été recrutée en 2005 avec, pour objectif, de structurer les RH et d'accompagner ce nouveau développement. Une de mes premières urgences a été de résoudre la problématique du turn-over qui avait atteint le taux de 110 %.

Dans un secteur traditionnellement touché par un fort turn-over, comment avez vous procédé ?

J'ai vite constaté que la plupart des départs s'opéraient avant la fin de la période d'essai. L'intégration était donc un des maillons faibles du recrutement. J'ai alors très vite mis en place, chaque mois, une journée dédiée à l'accueil des nouveaux collaborateurs. Ces derniers sont invités au Pied de Cochon [Paris 1^{er}, NDLR], le restaurant historique du groupe, afin de mieux connaître l'entreprise, sa culture, ce que l'on attend d'eux, leurs droits à travers la convention collective ou encore les perspectives de mobilité et d'évolution professionnelle au sein du groupe. Par ailleurs, dans chaque restaurant, un processus d'intégration a été formalisé. Ainsi, tout nouveau collaborateur est suivi par un tuteur, formé à l'extérieur. Depuis la signature de notre accord senior en 2009, nous avons dégagé 20 % du temps de nos salariés seniors, qu'ils consacrent ainsi à l'accompagnement des jeunes recrues. Mais pour être efficace, il fallait également s'attaquer à une autre source du turn-over : le manque de perspectives professionnelles. En effet, une entreprise doit pouvoir offrir à ses salariés les moyens d'évoluer. C'est pourquoi nous avons créé, en 2008, l'université interne des Frères Blanc. Chaque année, près de 70 salariés profitent de cette formation à laquelle le groupe consacre un budget annuel de 300 000 € et dont les programmes couvrent aujourd'hui les métiers de la cuisine et de la salle. Ils préparent également les futurs directeurs de restaurants à leurs nouvelles responsabilités. D'une durée de six mois en alternance, ce cursus est ouvert à tous les salariés ayant plus d'un an d'ancienneté dans l'entreprise. Les entretiens d'évaluation, mis en place en 2007, et les 'people reviews' trimestriels permettent de détecter



Sophie Chabot, DRH du groupe Frères Blanc, vient de signer un accord sur la pénibilité au travail.

hebdomadaire. Elles sont reçues dans le restaurant par mon équipe. Nous pouvons ainsi leur consacrer du temps, appeler si besoin le chef pour évaluer les compétences techniques des candidats et surtout nous montrer réactifs. En effet, sur certains postes comme les chefs de rang, le recruteur doit pouvoir prendre une décision très rapidement. Il nous arrive ainsi d'appeler le restaurant qui a besoin d'un collaborateur, préparer son contrat et donner un rendez vous dans la foulée. En 2010, 90 recrutements ont été réalisés via ces mercredis de l'emploi. Nous avons également instauré des journées à thème, dédiées à la cuisine ou aux seniors par exemple. Cinq collaborateurs de plus de 50 ans ont pu être recrutés sur 26 candidats. Au siège, l'équipe est constituée d'une soixantaine de personnes dont les profils sont ouverts sur d'autres secteurs. En effet, je cherche avant tout des compétences.

BIO EXPRESS

1989 Maîtrise AES Paris I Panthéon Sorbonne

1989 Directrice d'une agence de travail temporaire Adecco

2000 Directrice des ressources humaines adjointe Gras Savoye

Depuis 2005 DRH du groupe Frères Blanc

les talents et les collaborateurs motivés pour suivre les cours de l'université et progresser dans le groupe. 80 % des postes vacants sont aujourd'hui pourvus en interne. Grâce à cette politique, le turn-over est passé de 110 % à 70 %. Je m'engage enfin très fortement sur les problématiques de la responsabilité sociale des entreprises. Nous avons travaillé sur l'emploi des seniors, le handicap ou encore l'égalité hommes-femmes. Enfin, nous venons de signer un accord avec l'ensemble des syndicats sur la pénibilité au travail. Il comprend notamment l'introduction d'une pause toutes les quatre heures - contre six aujourd'hui -, l'investissement dans du nouveau matériel de port de charge ou encore la limitation du poids des plateaux.

Nous utilisons les petites annonces bien sûr. Nous avons également signé un partenariat avec Pôle emploi qui organise régulièrement des journées de recrutement au cours desquelles nos chefs se déplacent dans les agences pour réaliser des entretiens. Dans un souci de rationalisation, chaque semaine, l'équipe RH centralise les besoins en recrutement formulés par les restaurants via notre intranet. Nous avons également décidé d'innover en créant tous les mercredis, à la brasserie l'Alsace sur les Champs-Élysées, une journée de l'emploi. Trente à quarante personnes se présentent ainsi à ce qui s'apparente à un petit salon de recrutement

CHIFFRES-CLÉS DU GROUPE FRÈRES BLANC

Chiffre d'affaires 2010 : 117 M€

Nombre de salariés : 1 700

Nombre de restaurants : 25

Quelles sont vos méthodes de recrutement ?

Nous recrutons en moyenne 620 collaborateurs par an. Nous utilisons les petites

annonces bien sûr. Nous avons également signé un partenariat avec Pôle emploi qui organise régulièrement des journées de recrutement au cours desquelles nos chefs se déplacent dans les agences pour réaliser des entretiens. Dans un souci de rationalisation, chaque semaine, l'équipe RH centralise les besoins en recrutement formulés par les restaurants via notre intranet. Nous avons également décidé d'innover en créant tous les mercredis, à la brasserie l'Alsace sur les Champs-Élysées, une journée de l'emploi. Trente à quarante personnes se présentent ainsi à ce qui s'apparente à un petit salon de recrutement

sirocco WEB

Sirocco® web est un produit des Etablissements 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.

easySOFT

SERRURE A PIECES OU JETONS SP-10

permet de contrôler les accès et de rentabiliser les frais d'équipement et d'entretien des toilettes, douches, vestiaires...

Automatismes Accessoires Sanitaires Inox

SUPRATECH

Tél. 02 47 92 23 31 - www.autosanit.com

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

CONÇU PAR DES HÔTELIERS-RESTAURATEURS ET DES EXPERTS COMPTABLES

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

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

ChrOffice
Le logiciel sur mesure

Un bagage commun s'impose

Les instances paritaires du Fafih, déployées en 23 régions, revendiquent leur rôle de terrain.

Le Fafih, fin prêt pour 2012

Seul organisme paritaire collecteur agréé (OPCA) à être organisé en France en 23 régions, le Fafih est "prêt pour passer le cap de 2012", a déclaré **Michel Bédu**, son président, à Reims (51), lors de la convention des instances paritaires de l'industrie hôtelière. La loi de novembre 2009 sur la formation professionnelle et le décret de septembre 2010 imposent en effet aux organismes collecteurs de contribuer désormais activement au développement de la formation professionnelle. L'obtention du nouvel agrément, à partir de la collecte de mars 2012, est également liée aux capacités financières de l'OPCA ou encore à son mode de gestion paritaire. Le Fafih, qui répond d'ores et déjà à l'ensemble de ces conditions, a permis, avec cette réunion qui devrait se dérouler tous les trois ans, aux commissions paritaires régionales de l'emploi et de la formation (CRPEF) d'échanger et de partager leur expérience. La notion est essentielle car, et cela ressort de tous les débats qui ont eu lieu les 7 et 8 novembre, un 'bagage' commun

s'impose. "Le langage de la formation est complexe et spécifique, admet **Michel Geiser**, directeur général du Fafih. Nous allons d'ailleurs en 2012 mettre en place un calendrier de formations pour les partenaires sociaux, afin de les aider à renforcer leurs connaissances et les rendre plus autonomes dans leurs décisions face aux institutionnels."

SE FAIRE CONNAÎTRE ET RECONNAÎTRE

Elsa Lacoffe, élue à la présidence de la CRPEF Nord-Pas de Calais, et **Christian Sauvage**, de la CRPEF Aquitaine, qui menaient l'atelier sur l'évolution des CRPEF, ont confirmé ce besoin. "Le maillage existe, mais nous avons l'impression d'être tous différents. Nous devons changer cela, en mutualisant nos actions, à partir d'une ligne de conduite identique. Nous sommes les rapporteurs de notre autorité de tutelle. Nous sommes porteurs d'une politique nationale répartie sur 23 régions. Ce n'est pas une décentralisation mais une déconcentration du Fafih en région." Le champ des compétences étant bien sûr concentré sur l'emploi et la formation. Porte-parole de l'atelier consacré aux contrats de plan régional et d'objectifs, **Jeanne Bourrier**, nouvellement élue en Champagne-Ardenne, a également mis en avant le rôle à jouer auprès des interprofessions : Medef et CGPME. "Nous devons aussi valoriser les CRPEF auprès des recteurs d'académie, des missions locales." Bref, se faire connaître et reconnaître. Les membres des commissions peuvent agir à différents niveaux. Pour **Régis Coffinier** et **Patrick Moutafis**, le réseau des Ambassadeurs des métiers doit servir de tremplin. "Rater l'information auprès des jeunes, c'est rater l'intégration durable. Un ambassadeur informe sur son métier. C'est un professionnel qui est en activité. Un ambassadeur partenaire social représente le secteur et doit être, dès lors, un interlocuteur privilégié."



Les instances paritaires du Fafih à Reims. (51)



À gauche, **Michel Bédu**, président du Fafih, et à droite **Bernard Perrut**, président du conseil national des missions locales (CNML) lors de la signature de l'accord de partenariat.

L'idée, ici : ne pas laisser à d'autres le soin de parler du secteur. S'emparer du discours et aller à la rencontre des futurs collaborateurs tout en contrant l'orientation par défaut. L'outil a fait déjà fait ses preuves en Bretagne, en Basse-Normandie et en Île-de-France.

Au lendemain de cette convention, l'OPCA Fafih et le Conseil national des missions locales (CNML) ont apporté une nouvelle corde à l'arc des CRPEF en signant un protocole de partenariat pour favoriser l'accès des jeunes à un contrat de formation en alternance. "Cet accord national s'appuie sur l'expérimentation menée avec succès en Basse-Normandie et Paca depuis décembre 2010. Outre une meilleure connaissance des métiers et formations du secteur, notamment avec l'appui des Ambassadeurs des métiers locaux, cette expérimentation a su fédérer les équipes en instaurant un terrain d'échanges pérennes", se félicite le Fafih. Parmi les actions mises en place, l'organisation de petits déjeuners d'information entre les jeunes demandeurs d'emploi accompagnés de leurs référents missions locales et les employeurs des HCR, ou encore la concrétisation d'un partenariat entre la maison des saisonniers d'Albertville (73), les missions locales et le Fafih visant à professionnaliser des jeunes bas-normands en les aidant dans l'apprentissage de l'anglais avant la saison d'hiver et à leur proposer des offres d'emploi saisonnières...

SYLVIE SOUBES

LE FAFIH SE DÉPLOIE AUX ANTILLES



L'OPCA Fafih et Opcalia ont signé une convention de partenariat pour développer la formation des professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et des activités de loisirs aux Antilles. Les modalités de l'accord

De g. à d. : **Didier Chastrusse**, vice-président du Fafih, **Michel Bédu**, président du Fafih, **André Jabol**, président de l'Opcalia Guadeloupe, et **Michel Geiser**, directeur général du Fafih.

prévoient que l'Opcalia collecte pour le compte du Fafih les contributions des plans de formation des entreprises de plus de 10 salariés. Opcalia reverse ensuite les fonds collectés au Fafih qui va participer aux charges relatives aux services de proximité et fournir la communication propre au secteur. Opcalia Guadeloupe va assurer le rôle de relais du Fafih au profit des entreprises de l'hôtellerie et de la restauration sous l'égide d'une CRPF-IH (Commission régionale paritaire formation) spécialisée, constituée des partenaires sociaux du secteur. Le secteur en Guadeloupe représente 2 059 établissements, dont 86 % sans salarié, 5 782 salariés et 600 jeunes en formation.

Professionnelle ou technologique

Apprendre la cuisine en vue de devenir cuisinier, restaurateur... ou pour faire autre chose ? Il y a là une question qui devrait intéresser nombre d'élèves.

PAR HERVÉ THIS

Faut-il deux voies d'enseignement culinaire ?

© THINKSTOCK



La cuisine, c'est un savoir-vivre, un savoir être, une rigueur du travail et des qualités commerciales.

La cuisine est une activité artisanale dont l'objectif est de produire des œuvres qui disent en réalité : 'je t'aime'. En cuisine, on sait combien la question de la santé est importante : produire une mauvaise nourriture, cela peut aller jusqu'à l'empoisonnement ! A contrario, produire avec soin de la nourriture de qualité, c'est bien dire : 'Je t'aime, et je me préoccupe de ta santé, en plus de ton bonheur de manger ce que j'ai préparé pour toi.' Cela suppose des connaissances à propos de la nutrition, et de la santé humaine.

Pour peu que le cuisinier ne soit pas un artisan, mais un artiste, la question de l'intérêt de la cuisine diffère, mais l'activité culinaire reste passionnante. L'objectif, cette fois, est de dire à son prochain : 'Je t'aime, puisque je m'efforce de te donner des sensations, de produire chez toi des

émotions.' Pour un restaurateur, la question est peu différente. Il faut faire vivre différemment une entreprise, ce qui signifie payer un personnel de cuisine, de salle, et les faire vivre. Sans oublier, bien sûr, les clients, qui ont quitté leur foyer pour venir, souvent, passer un moment festif. Quelle responsabilité ! Ne faut-il pas beaucoup de connaissances théoriques, pour cela ? Et puis, il y a tous ceux que les formations en hôtellerie-restauration intéressent, parce que ces formations débouchent sur des métiers pour lesquels le taux de chômage est nul, en raison de la qualité des enseignements ! La cuisine, c'est aussi un savoir-vivre, un savoir être, une rigueur du travail et des qualités commerciales. Les maîtres d'hôtel doivent exercer leur métier en finesse, en intelligence, puisque la politesse est exactement cette façon subtile, intelligente, de se comporter vis à vis d'autrui.

CONDUCTEUR DE VOITURE ET MÉCANICIEN

En cuisine comment en science, il y a des comportements de 'conducteur de voiture' et de 'mécanicien' : ils nécessitent des connaissances différentes, pratiques comme théoriques. Le conducteur de voiture veut prendre la voiture telle qu'elle est, sans chercher à comprendre dans le détail son fonctionnement. En cuisine, ce serait la voie professionnelle : il faut exercer un métier, connaître des gestes professionnels. Ce qui n'empêche pas de chercher à comprendre la raison d'être de ces gestes. Un conducteur de voiture n'est pas plus bête de savoir que son moteur a quatre temps, pourquoi il faut y

mettre de l'huile, etc. Toutefois, le conducteur doit d'abord conduire, sans quoi il n'est plus un conducteur. La seconde voie est la voie technologique, insuffisamment comprise, sans doute parce qu'elle est nouvelle. Le technologue n'est pas un technicien, même s'il peut faire des gestes techniques. Il comprend d'abord, et fait ensuite. La compréhension conduisant à l'innovation, le technologue est un être de nouveauté technique. En l'occurrence, il est le mécanicien qui monte et démonte une voiture et fait plus que la conduire. En cuisine, produire des aliments se fonde sur une compréhension très large de leur nature. Il faut de la culture, des connaissances qui dépassent l'acte culinaire pour connaître la provenance des aliments, savoir pourquoi on en mange certains plutôt que d'autres, quel est leur circuit social, les phénomènes qui sont à l'origine de leur production, quand les gestes techniques sont à l'œuvre... Pourquoi aime-t-on certains aliments plutôt que d'autres ? Pour la voie technologique, il faut des sciences, des humanités, de la gestion, de la pratique des langues française et étrangères, et le niveau de responsabilité ira en conséquence. D'ailleurs, on voit la proximité entre cette voie technologique et l'université. Bien sûr, on comprend que la voie technologique soit plus longue, que les études doivent durer davantage. Il faut non seulement conduire, mais être capable de réparer le véhicule... Mais n'y a-t-il pas là un bel objectif, aussi ?

Blog des experts 'La cuisine moléculaire' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Valoriser l'accueil

Vers un doctorat en hôtellerie-restauration ?

L'Hôtellerie Restauration : Sur quoi votre thèse porte-t-elle ?

Yves Cinotti : Ma question de départ était : 'peut-on parler d'hospitalité dans le tourisme ?' Ma réponse est 'oui'. Je définis l'hospitalité comme 'le partage du chez-soi'. Je repère d'abord une hospitalité territoriale, vécue par les étrangers qui fréquentent une destination touristique. Elle est offerte par tous les personnels en contact, en particulier ceux des CHR. Mais les résidents, eux aussi, participent à l'hospitalité d'une destination.

Il y a donc une hospitalité dans les hôtels et les restaurants ?

Il y a une hospitalité touristique mais pas d'hospitalité domestique. On rencontre cette dernière dans les maisons d'hôte et dans les résidences de ceux qui pratiquent le 'couchsurfing' ou reçoivent bénévolement des enfants de milieu défavorisé. Dans certains petits hôtels familiaux, je vois aussi une certaine forme d'hospitalité domestique.

Mais dans tous les autres hôtels, du fait de la division du travail, on fournit un service, on pratique l'accueil, mais pas le 'partage du chez-soi'. Et dans les restaurants, parce que l'exploitant ne mange pas, comme dans les auberges autrefois, à la table d'hôte avec les clients, l'hospitalité domestique est impossible.

Mais est-ce que c'est grave, docteur ?

Mais non ! Au lieu de courir après une impossible hospitalité domestique, les CHR doivent se soucier de qualité de service et d'accueil, et aussi de l'hospitalité vis-à-vis des étrangers, s'ils en reçoivent beaucoup. Quand je parle d'accueil, je ne parle pas de la décoration, de l'ambiance sensorielle ou des éléments matériels que le client voit, sent, entend, touche ou goûte. L'accueil n'est qu'humain. Les produits d'accueil dans la chambre d'hôtel ne sont pas accueillants. Pas plus que la page d'accueil du site web d'un restaurant. Repeindre la façade

Ancien élève et professeur à l'école hôtelière de Paris, aujourd'hui enseignant à l'université Toulouse II, Yves Cinotti a soutenu en juin dernier une thèse de doctorat en sciences du tourisme. Il soulève la question de la création d'un doctorat en hôtellerie-restauration.

PROPOS RECUEILLIS PAR L. C.

n'améliore pas l'accueil. La construction d'une salle de remise en forme permet de proposer un nouveau service, pas de changer l'accueil.

Il n'y a que les employés au contact des clients qui pratiquent l'accueil. C'est en agissant sur les leviers du recrutement, de la formation et de la motivation que l'on améliore l'accueil.

Pourquoi avoir fait votre doctorat en sciences du tourisme ?

J'ai commencé par trois années de doctorat en marketing, puis je me suis tourné vers les sciences du tourisme, à l'université de Perpignan. C'est le seul endroit en France où une telle formation existe. Alors que dans les pays anglo-saxons, les doctorats en 'Tourism and Hospitality Studies' sont nombreux : plus de 140 universités y préparent. L'Université française ne reconnaît pas les sciences du tourisme comme une discipline à part entière. Cela ne signifie pas pour autant que le tourisme n'est pas étudié en France.

De nombreuses disciplines s'y intéressent : géographie, sociologie, science de gestion, droit, histoire, langues...

Et pourquoi pas un doctorat en hôtellerie-restauration ?

Les recherches en tourisme, en France, s'intéressent plus au touriste ou aux impacts du tourisme qu'aux entreprises du secteur. Aux États-Unis, on trouve près de 30 revues académiques qui traitent des industries de l'accueil. Malgré tout, j'ai du mal à imaginer une discipline 'sciences de l'hôtellerie-restauration'. Le tourisme est un 'fait social' ; l'hôtellerie-restauration est un secteur économique. Je préfère parler de 'sciences du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration'. Et je me demande si la restauration ne devrait pas plutôt être liée aux sciences de l'alimentation, plutôt qu'aux sciences du tourisme. Dans les pays occidentaux, la grande majorité des repas hors foyer ne sont pas servis à des touristes.

32 Service en salle

Rencontre **À 30 ans, le directeur de salle du restaurant La Pyramide, à Vienne (86) ne recule devant aucun défi. Passionné, il nous livre sa définition du service en salle.** PROPOS RECUEILLIS PAR HÉLÈNE BINET

Michaël Bouvier : “En salle, nous sommes toujours à la recherche de la perfection”

L'Hôtellerie Restauration : Quelle est votre définition du service en salle ?

Michaël Bouvier : C'est le fait de mettre en valeur un instant culinaire, par notre travail et notre savoir-faire, dans le but de donner du plaisir à la clientèle. Notre rôle consiste en un accueil chaleureux avec le sourire, en faisant preuve de gentillesse, de professionnalisme, d'attention et d'écoute, pour procurer le bonheur nécessaire à nos clients. Cet instant gastronomique doit être aussi un moment de partage.

Qu'attend-on de plus d'un restaurant 2 étoiles Michelin comme La Pyramide ?

Lorsque l'on vient chez **Patrick Henriroux** à La Pyramide, on ne recherche pas uniquement l'aspect culinaire, mais plus précisément une expérience globale. L'ambiance dans le restaurant est très importante. Tel un ballet, il faut que l'équipe entière [12 personnes, NDLR] réponde présent du début à la fin du service : du commis au maître d'hôtel, en passant par les chefs de rang et les sommeliers, tout le monde sait ce qu'il doit faire. La brigade entière met tout en œuvre pour que notre clientèle passe un moment gastronomique digne de notre maison.

La salle doit être en symbiose avec la cuisine, le chef...

Tout à fait. Il est indispensable que la salle soit en harmonie parfaite avec la cuisine. Ici, je travaille avec la complicité de notre directeur adjoint **Christian Allandrieu**, dans l'établissement depuis 1989, avec le chef de cuisine **Christian Née** et ses seconds - **Benjamin** et **David** -, le chef pâtissier **Anthony Fresnay** ; sous l'œil vigilant de Patrick Henriroux. Et tout cela dans un seul et même but : satisfaire nos clients de la meilleure façon qui soit. À nous [le personnel de salle, NDLR] de remonter les informations nécessaires en cuisine pour le bon déroulement d'un service. Très souvent, ce sont des remarques constructives qui nous permettent d'aller de l'avant, car nous sommes toujours à la recherche de la perfection...

Comment arrive-t-on au poste de directeur de salle ?

On y arrive avec du travail, de l'envie, de la motivation



Michaël Bouvier, directeur de salle du restaurant La Pyramide à Vienne (86) : “Je suis toujours allé de l'avant, avec un seul but : ne rien regretter.”

et surtout du temps ! Il faut savoir attendre, ne pas brûler les étapes, acquérir de l'expérience et de la maturité dans différentes maisons gastronomiques, et surtout ne pas hésiter à voyager. Il faut enrichir sa culture afin de se forger sa propre personnalité.

Vous avez dernièrement remporté la coupe Georges Baptiste et participé à la finale du concours Un des Meilleurs ouvriers de France. Est-ce que les concours sont incontournables pour s'accomplir professionnellement ?

Ces deux concours sont des expériences inoubliables, durant lesquelles j'ai pris du plaisir et fait de très belles rencontres professionnelles. Je suis toujours allé de l'avant, avec un seul but : ne rien regretter. C'est très positif et, même si je n'ai pas été nommé au titre de Meilleur ouvrier de France, ce fut une belle remise en question. J'ai pu voir mes points forts et ceux à améliorer. Cela dit, un concours n'est pas une étape indispensable dans une carrière, cela dépend de la personnalité de chacun. Il faut avoir acquis assez d'expérience, se sentir prêt, entouré, et travailler dans un établissement où l'on se sent bien.

Un conseil que vous donneriez à un jeune qui débute ?

C'est un métier fabuleux, avec ses avantages et ses inconvénients, un métier de partage, où l'on a la chance de pouvoir voyager, de découvrir des lieux uniques, avec cuisines et des ambiances différentes... Il faut avoir le sens de l'accueil, de l'organisation et surtout, avoir une bonne résistance physique.

Quelle vision avez-vous de l'avenir du service en salle ?

J'ai l'impression que l'on voit de moins en moins de préparation en salle. Quel dommage ! Rien n'est plus beau que de voir arriver en salle des volailles, des poissons, de belles pièces de viande entières. Il faudrait remettre au goût du jour toutes ces préparations qui animaient les salles de restaurant auparavant. Comme préparer une volaille de Bresse en vessie en salle, découper un cul de veau de lait au guéridon ou encore fileter une sole devant le client. Il ne faut pas oublier que le client aime ce moment unique que l'on partage avec lui.

Diriez-vous que vous exercez un métier épanouissant ?

Chaque jour est une nouvelle aventure. Aucun service n'est identique : de la table familiale au repas d'affaires, en passant par le dîner entre amis, nous devons nous adapter à la clientèle. Le travail en salle est un métier passionnant où l'on est toujours à la recherche de l'excellence.

Son parcours

Michaël Bouvier a obtenu son CAP-BEP et bac professionnel 'service et commercialisation' en 2000, au lycée hôtelier du Clos d'or, à Grenoble (38). Il a ensuite évolué dans diverses maisons gastronomiques telles que l'Hôtel du golf à Corrençon-en-Vercors (38), la Maison Pic à Valence (26), le Relais Bernard Loiseau à Saulieu (21), le Château de Bagnols-en-Beaujolais (69), et le restaurant La Poularde à Montrond-les-Bains (42). Depuis mars 2009, il est directeur de salle du restaurant deux étoiles *Michelin* La Pyramide Patrick Henriroux à Vienne (86), à la tête d'une équipe de 12 personnes.

Le bon RÉFLEXE pour trouver vos FOURNISSEURS

kifaikoi.com



MATÉRIELS & équipements



Produits alimentaires & BOISSONS



SERVICES

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

En présence de Xavier Bertrand et Frédéric Lefebvre

Les membres du Synhorcat tiendront leur congrès annuel le jeudi 1^{er} décembre dans les salons de l'hôtel Park Hyatt Paris-Vendôme. Didier Chenet, président national, nous présente cette journée "tournée vers l'avenir". PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVIE SOUBES

Le Synhorcat en congrès national le 1^{er} décembre

L'Hôtellerie Restauration : Dans quel esprit vous réunissez-vous cette année ?

Didier Chenet : C'est un congrès entièrement tourné vers l'avenir. Le matin, nous avons prévu des ateliers d'échanges et de réflexion. Concernant les métiers de bouche, nous allons démarrer par cette question : peut-on et doit-on aujourd'hui, dans notre offre, marier un certain nombre de produits et aller les chercher à l'autre bout de la planète ? Nous passons à côté des saisons françaises, à tort ou à raison... Nous allons aussi évoquer la transparence culinaire. Le client doit-il tout savoir ? Oui, vraisemblablement. Mais est-il éduqué pour ? Nous aborderons l'amendement Siré en présence de son auteur, sachant que nous nous positionnons davantage sur le métier que sur le produit. Nous sommes tout à fait d'accord pour informer sur les conditions d'élaboration et de fabrication des plats, sur les types de produits utilisés, en rappelant qu'il y a plusieurs restaurations et que dans celle que nous revendiquons, il y a une carte élaborée, une cuisine réalisée par un chef sur la base d'une majorité de produits bruts. C'est le propre du titre de Maître restaurateur. Une information doit être positive, surtout dans des métiers comme le nôtre, où on est là pour faire plaisir. Mettre une information à côté de chaque plat est irréaliste, nous ferions un catalogue à la Prévert. Ajoutons, en outre, que si la notion de surgelé est mal perçue par certains consommateurs, c'est regrettable... Nous n'avons pas le droit de servir un carpaccio qui n'ait été préalablement congelé, certains poissons servis crus doivent aussi avoir été congelés. Bien expliquer me paraît normal. Mais il y a, en parallèle, un besoin de formation du consommateur. Le docteur et nutritionniste **Frédéric Saldman** nous éclairera sur ce qui est faisable et ce qui ne l'est pas.

Quels seront les sujets de l'hôtellerie ?

Le député-maire du Touquet-Paris-Plage et président du club parlementaire France terre de tourisme, **Daniel Fasquelle**, participera aux travaux des hôteliers. Nous allons nous pencher sur la mise aux normes avec un cas concret. "Mon ascenseur existe, il n'est pas aux normes d'accessibilité définies par les textes de 2005 : quelles solutions s'offrent à moi ?" Nous allons parler coût, aménagements, possibilités. Ne commettons pas l'erreur d'attendre, même si nous savons parfaitement qu'il va falloir renégocier certaines choses. Nous débattrons ensuite de la valeur locative des exploitations hôtelières. La pression foncière dans les grandes villes est très forte, les loyers s'emballent... Et lorsqu'il y a mise aux normes, qui paye quoi ? Nous

Ils animeront les ateliers

Pour les métiers de bouche : **Jean-Pierre Chedal**, président des restaurateurs, **Marcel Bénézet**, président des cafés, bars, brasseries, et **Bernard Lars**, président des traiteurs, organisateurs de réception.

Pour les hôtels : **Geneviève Bahler**, présidente des hôteliers, **Michèle Lepoutre**, présidente de la commission juridique, et **Laurent Gardinier**, président des établissements de prestige.



Didier Chenet, président du Synhorcat : "À quelques mois de la nouvelle échéance électorale pour la présidence de la République, nous devons amener des propositions."

estimons qu'il est important d'inciter aujourd'hui les professionnels à se pencher sur les conditions des baux.

Vous avez annoncé la présence du ministre du Travail, avec quel objectif ?

Après une partie 'produits', nous évoquerons le problème humain du recrutement et de la fidélisation. Un sujet transversal à toutes les branches... Comment ajuster les profils ? Comment garder notre personnel ? L'indépendant doit apprendre à manager. Nous avons la mutuelle mais d'autres pistes doivent être étudiées, comme l'épargne salariale, qui est utilisée par les grands groupes mais rarement par les PME. Ce sont des terrains d'exploration que nous voulons dégager. **Xavier Bertrand**, ministre du Travail, de l'Emploi et de la Santé, devrait en effet nous rejoindre pour cette table ronde.

Le web est-il l'avenir de la profession à vos yeux ?

La Toile est vaste et sa liberté complexe. Nous démarrerons l'après-midi par ce dossier. Si les hôteliers sont les premiers concernés, les restaurateurs le sont juste derrière. Nous reviendrons sur le procès que nous avons mené contre Expedia et Tripadvisor, sur le jugement et sur ce que nous allons faire. Car nous sommes bien décidés à revoir les conditions des contrats. Nous nous mettrons aussi à la place des cyber-touristes pour comprendre la manière dont ils font leurs choix, comment ils naviguent... Il y a le problème de l'e-réputation. Tout va très vite. Que peut-on faire lorsqu'on est injustement dénigré, quand l'information est faussée ? Et puis, en nous adossant aux centrales de réservation, ne sommes-nous pas en train de perdre l'essence même de nos métiers ? Sommes-nous encore des commerçants ?

Vous avez souhaité faire un état des lieux des règles qui régissent la profession. Où en êtes-vous ?

Le cabinet Deloitte nous présentera en fin de journée les premiers résultats d'une étude sur les conditions d'accès et d'exercice des principaux métiers du secteur. Cette étude sera finalisée fin janvier. Nous allons lister et détailler les conditions d'entrée dans nos métiers et procéder par comparaison avec les autres formes d'hébergement ou d'accueil. Avons-nous les mêmes règles, les mêmes obligations, à contraintes comparables ? Pourquoi le secteur est-il soumis à telle législation, pourquoi nous imposer une distorsion de concurrence ? Nous avons obtenu l'équité - on vient de le voir avec le relèvement du taux qui touche toutes les branches et d'autres secteur d'activité - mais l'équilibre est fragile. Il s'agit pour nous à la fois de nous inscrire dans la compétition nationale mais aussi de promouvoir la destination France. Le tourisme est descendu au 4^e rang en matière de devises. Nous devons nous poser des questions. Une réflexion politique s'impose. À quelques mois de la nouvelle échéance électorale pour la présidence de la République, nous devons amener des propositions. Le tourisme est la 3^e puissance économique en France - nous rapportons plus qu'Airbus et l'industrie automobile réunis - et nous sommes l'un des tous premiers employeurs. Il ne faut pas l'oublier.

WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



RETROUVEZ L'INTÉGRALITÉ DU PROGRAMME DU CONGRÈS DU SYNHORCAT AVEC LE MOT-CLÉ **RTR217481** SUR LE MOTEUR DE RECHERCHE DE WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

L'Hôtellerie Restauration

L'hebdo des C.H.R. • 3 €

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



Presse PRO

43,2 % de son café est labellisé Max Havelaar

Les Cafés Malongo viennent de publier leur rapport de responsabilité sociale des entreprises, après une année marquée par la hausse des matières premières et une volonté de maintenir le cap, y compris de la qualité.

Malongo, le choix d'un café exigeant et de la responsabilité

Les années 2010 et 2011 ont été marquées par la flambée des prix des matières premières. La valeur du café à été multipliée par 2,2. "De la spéculation financière pure qui pourrait le marché", regrette **Jean-Pierre Blanc**, directeur général des Cafés Malongo. Pour le torréfacteur niçois, une seule issue : s'adapter. "Ce sont toutes les actions que nous menons très en amont avec les producteurs qui nous ont permis de maintenir la qualité. Nous avons aussi essayé de minimiser la hausse." Seulement 0,02 € à la tasse en bout de course... Et une société qui maintient le cap, 'malgré la houle et le brouillard'. Malongo a depuis plusieurs années opté pour le concept de responsabilité sociale des entreprises (RSE), qui lui impose la publication d'un rapport annuel transparent. Le rapport 2011 vient d'être publié, avec ces chiffres : 88,1 M€ de chiffres d'affaires, 384 collaborateurs, 7 198 tonnes de cafés importées, 90 origines de café vert torréfiées, 43,2 % des volumes importés issus des coopératives labellisées Max Havelaar, 23,4 % des volumes sous label AB... Malongo, née à Nice en 1934, revendique aujourd'hui le rang de premier intervenant français des cafés issus du commerce équitable : "Le choix d'un café exigeant qui replace les plantations de qualité au cœur du système économique."

LES DOSES, FACTEUR DE SATISFACTION ET DE CROISSANCE

Une philosophie qui s'accompagne d'une politique de vente à l'écoute du terrain, associée à une étroite collaboration avec les fabricants de machines et un service après-vente toujours très réactif. Aujourd'hui, "nous proposons aux hôtels de développer une offre différenciée : cafés issus du commerce équitable ou de l'agriculture biologique avec des petits déjeuners bons, sains et bio. Dans la restauration, nous mettons en avant la même offre avec nos machines multifonctions. Qu'il s'agisse de l'hôtellerie ou de la restauration, notre volonté est avant tout d'accompagner le client afin de valoriser la communication de son offre", résume **Christian Winnicki**, directeur commercial CHR. Levier de croissance : les doses, qui permettent, quel que soit le débit, de répondre aux demandes. Ainsi, la Cimbali 4 groupes réalise 240 cafés par heure... Malongo mise aussi sur le latte, avec la présentation, en octobre, à Milan (Italie) d'une machine cappuccino latte de très faible encombrement, signée La Spaziale, et qui sera disponible à partir de février prochain. Mais en 2012, la star sera sans doute le nouveau système de maintenance : le Malongo Machine To Machine (voir encadré). "Toutes nos machines vont être connectées à un serveur qui transmettra aux techniciens les données nécessaires : joints, température, changement du filtre... Cet outil, qui sera à la disposition des équipes techniques, sera également au service des clients qui pourront ainsi bénéficier de toutes les informations sur leur consommation, explique Jean-Pierre Blanc. Nous avons une quinzaine de machines en test. Le dispositif



Jean-Pierre Blanc, directeur général des cafés Malongo, (à gauche), ici avec un petit producteur de café, a toujours privilégié la qualité.

sera effectif en mars ou avril 2012. Beaucoup de perspectives s'ouvrent avec les nouvelles technologies." Dans l'actualité encore, la modernisation des boutiques Malongo avec le lancement d'un nouveau concept et son déploiement en franchise et master-franchise.

Et trois centres de formations à Nice, Lyon et Paris, avec des programmes à la carte, personnalisés selon l'établissement, et des modules portant sur la gestion, la commercialisation du café, le matériel, les recettes...

Sylvie Soubes

CAFÉ EN DOSES MALONGO : À CHACUN SON STYLE



Café Tierra, en doses, version pro.

commercé équitable pur arabica, un best-seller agréablement parfumé, toujours au top. Et **La Tierra**, un café biologique et équitable, étonnant de personnalité, qui a commencé par séduire le grand public avant d'entrer dans la gamme professionnelle. Il est élaboré à partir d'un mélange d'arabicas. Chaque plantation a été rigoureusement sélectionnée pour la qualité de ses pratiques (cueillette respectueuse de la pleine maturité des cerises, méthodes optimales de triages, etc.). Malongo lui applique une torréfaction lente de vingt minutes.

La Grande Réserve, c'est l'équilibre des grands arabicas. Premium, élaboré avec des cafés sélectionnés dans des plantations de grande renommée. **Colombie Supremo**, un cru issu des hauts plateaux, flatteur au palais, au goût fin, aromatique et fruité.

Brésil Sul de Minas, un espresso puissant, onctueux et persistant en bouche.

Moka d'Éthiopie : un cru noble et typé, offrant un corps riche et une palette de saveurs florales. On parle de goût sauvage et parfumé. **Royal pur arabica**, café doux, velouté et belle longueur en bouche.

L'Impérial pur arabica, café équilibré composé de 6 arabicas à dominante corsée avec une pointe acidulée lui donnant à la fois de la finesse et de la puissance. **Sélect**, café au corps enveloppant, avec de la longueur et une pointe d'acidité. **Cafezino**, café puissant et vaporeux, brésilien dans l'âme. Brasserie, avec du corps, un peu d'acidité et une belle crème. Spécial, pour un réveil dynamique.

Ristretto, généreux et intense, à servir serré. Toute l'Italie. **Les Petits Producteurs**

MACHINE TO MACHINE, LA MAINTENANCE À DISTANCE MALONGO

Consultation des données, modification des paramètres, interventions préventives, automatisation des tâches courants... Malongo M2M rend la machine intelligente et communicante. Un dialogue s'instaure entre elle et le service technique. Expressos trop courts ou trop longs, augmentation de la température de la machine,

changement du filtre... Toutes ces opérations sont effectuées depuis la centrale M2M. En outre, il suffit d'une intervention simple et rapide pour équiper chaque machine du modem de contrôle. Lorsqu'une machine ne répond pas correctement, le serveur déclenche une alarme. La transmission se fait par le réseau de téléphonie mobile, tout simplement. L'historique des informations et

des interventions est stocké, ce qui permet une analyse rapide et précise du système. Ce 'pont électronique' s'inscrit aussi dans une démarche durable. Il permet de limiter les déplacements des techniciens, réduisant ainsi l'empreinte carbone. Le protocole de communication mis en place entre la machine, le modem et les services techniques consomme très peu d'énergie.

Votre e-réputation est en jeu

Il n'est pas toujours facile de valoriser son hôtel sur son site internet, pour peu que ce dernier présente quelques petits défauts circonstanciés. La solution existe pourtant : faites de ces situations un argument de vente.

PAR THOMAS YUNG, ARTISAN RÉFÉRENCEUR  ARTISAN RÉFÉRENCEUR

Faire d'un point faible un argument commercial

Votre établissement a un point faible ? Crevez l'abcès ! Vous êtes proche d'un aéroport, d'un centre-ville bruyant, vos salles de bains sont toutes petites ? Parlez-en ! Cela permettra d'éviter un décalage entre la perception et la réalité, source principale de mécontentement. Ne cachez rien. Si le doute s'installe, l'internaute réservera ailleurs. N'oubliez pas que vos concurrents ne sont qu'à un clic de votre site internet. Il y a fort à parier que le visiteur ira faire un tour sur les sites d'avis et si votre établissement a un problème d'ordre structurel, il finira par le savoir. Alors autant en parler et exprimer votre point de vue. Par exemple, un hôtel ayant de toutes petites salles de bains monoblocs pourra l'indiquer sur son site tout en précisant que ces blocs, identiques à ceux employés sur les bateaux de croisières, sont simples à entretenir. N'hésitez pas à rappeler que

l'essentiel est qu'il y ait toujours de l'eau chaude à volonté, avec de la pression. Et enfin, indiquez que c'est l'une des raisons pour laquelle votre établissement n'est que de 2 étoiles et que les chambres doubles commencent à 45 €, par exemple.

PRIVILÉGIEZ LA TRANSPARENCE

En avouant vos faiblesses, vous risquez de perdre certains clients, lesquels auraient été de toute façon mécontents, mais vous en gagnerez d'autres, pour qui la transparence est importante. Il faut évidemment éviter de donner le bâton pour se faire battre. L'idée est bien d'utiliser un point faible comme argument commercial, d'en tirer parti et d'essayer de le retourner en sa faveur sans mentir ni éluder telle ou telle situation factuelle. Le meilleur exemple de transparence est celui qui consiste à publier les avis



Vos salles de bains sont petites, monoblocs ? Dites-le, pour éviter de mécontenter vos clients.

des voyageurs sur son site au travers d'un tiers de confiance, par exemple, en utilisant un widget Tripadvisor, Trivago, Vinivi, etc. Là encore, l'internaute ira vérifier l'e-réputation de l'établissement sur les sites d'avis, alors autant essayer de le garder sur son site personnel pour que la réservation ait lieu en direct plutôt qu'à partir du partenaire d'un site d'avis. Mais c'est avant tout le côté 'rien à cacher' qui est intéressant dans le fait de publier les avis des voyageurs, et cela fonctionne si vous utilisez un tiers de confiance. Par contre, publier le livre d'or qui est à la réception n'apporte aucun avantage. L'internaute n'est pas dupe. Sauf, peut-être, si vous le scannez... l'écriture manuscrite apportera alors une certaine crédibilité.

Blog des experts, 'web marketing : maîtrise commerciale et développement des ventes' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Mettez en avant vos valeurs

Vous humaniserez votre site en faisant ce que les Américains appellent du 'storytelling', c'est-à-dire en racontant une histoire, en faisant rêver vos prospects.

Le storytelling, ou comment humaniser son site internet

Sur votre site internet, montrez que vous êtes humain. Affichez que vous ne fournissez pas uniquement une chambre, une douche et un petit déjeuner, mais aussi de l'accueil. Une partie de ce travail de 'storytelling', peut (doit) être réalisée grâce à un blog. Trouvez un élément clef de votre établissement : ce peut être la bâtisse, son histoire, celle de la région, et faites-en une histoire, un élément récurrent. Développez ce genre de communication, dans laquelle vous impliquez un ou plusieurs segments de clientèle, afin qu'ils s'identifient, se projettent : cela favorise le passage à l'acte d'achat.

Mettez en avant vos valeurs. Par exemple, si vous menez certaines démarches en termes de développement durable, d'approvisionnement de proximité, de ressources humaines, d'aide à de grandes causes, etc. Si vous n'avez rien de tout cela, trouvez un engagement, une cause, soutenez-les et faites-en un argument commercial. Partagez vos valeurs, créez un lien (affectif) avec l'internaute. Il n'y a pas de baguette magique ou de recette secrète pour améliorer le taux de conversion et les ventes sur son site internet. En appliquant la plupart des éléments décrits ci-dessus, en mesurant et en corrigeant vos pages et vos stratégies, ce taux devrait petit à petit s'améliorer.

T. Y.

Créez et traduisez vos cartes & menus
en quelques minutes avec





Menu DESIGNER

logiciel de création de cartes & menus



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

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

250€ HT
soit 299€ TTC

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



Logiciel pour Windows XP & Windows VISTA

MdB multimédia
Parc technologique d'Argile
118 avenue de la Quiera
06130 Mougins-Sartoux

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

MdB multimédia
Les allées François Truffaut
17 rue Denise Grey
93550 Saint Maurice (L'Exil)

36 Dernière minute

Avant la finale du concours à Brest

Plougonvelin (29) Après leur voyage au Mexique, c'est dans un hôtel de charme situé à la pointe du Finistère que se sont installées les 33 candidates à l'élection de Miss France.

La future Miss France loge à L'Hostellerie de la Pointe Saint-Mathieu

C'est un beau millésime 2011 pour **Philippe Corre** et son équipe, à L'Hostellerie de la Pointe Saint-Mathieu de Plougonvelin (29). D'abord, avant l'été, avec l'attribution d'une 4^e étoile pour son établissement et, pour finir l'année en beauté, avec l'installation des 33 candidates à l'élection de Miss France, avant la finale du 3 décembre. Sont présentes également **Laury Thilleman**, actuelle Miss France, qui plus est originaire de Brest (29), et **Sylvie Tellier**, directrice générale de la société Miss France. À quelques mètres de là, le second hôtel de Philippe



Devant L'Hostellerie de la pointe Saint-Mathieu, la famille **Corre** et **Sylvie Tellier**, directrice générale de la société Miss France, sont entourés des 33 candidates au titre de Miss France, avec leur béret noir et leur caban rouge confectionné par l'entreprise quimpéroise Armor Lux.



Laury Thilleman, Miss France 2011, en robe-pull marin, entourée de la famille **Corre**.

Corre, Le Vent d'Iroise, héberge l'équipe rapprochée : chorégraphes, maquilleurs et membres du service de sécurité.

Durant leur séjour, les candidates pourront profiter de la très belle piscine, du jacuzzi ou du sauna de L'Hostellerie de la Pointe Saint-Mathieu, mais aussi se promener sur les dunes face au parc marin d'Iroise. Philippe Corre et son épouse **Brigitte** se disent "très flattés d'avoir été choisis pour héberger la grande famille de la société Miss France, c'est un réel

plaisir et une aubaine en cette fin de saison".

Leur fils **Tanguy** a récemment intégré l'entreprise et est en charge de communication des deux hôtels. Il sera bien entendu présent au parc des expositions de Penfeld à Brest, pour l'élection de la nouvelle Miss France en présence d'**Alain Delon**. **JEAN-YVES TOURNELLEC**

Hostellerie de la Pointe Saint-Mathieu • 39217 Plougonvelin • Tél. : 02 98 89 00 19 • www.pointe-saint-mathieu.com

En bref



'Condé Nast Johansens 2012' : deux hôtels français primés

Comme chaque année, le guide **Condé Nast Johansens** a décerné ses Oscars Europe et Méditerranée, établis d'après avis de clients et conforté par la visite

L'Hospes Lancaster (Paris, VIII^e).

d'inspecteurs du guide. Pour l'édition 2012, deux hôtels français ont été primés : L'Hospes Lancaster (Paris, VIII^e), hôtel 5 étoiles de 46 chambres et 11 suites appartenant

au groupe espagnol Hospes est nommé Meilleur hôtel urbain. Situé à deux pas des Champs-Élysées, l'établissement offre un délicieux charme romantique, avec des chambres

entièrement rénovées, un jardin intérieur et un restaurant étoilé **Michelin**, signé Michel Troisgros. Par ailleurs, le prix de la Meilleure maison d'hôte revient au Château André Ziltener,

à Chambolle-Musigny (21). Cet hôtel de 3 chambres et 7 suites est membre du réseau Châteaux & Hôtels Collection.

www.condenastjohansens.com

En direct des Blogs des Experts



"Brézème Côtes du Rhône : cette appellation existe-t-elle toujours?"

➤ Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot-clé **RTK1196** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Abonnez-vous

L'Hostellerie
Restauration
L'HEBDO DES C.H.R. 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'Hostellerie 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'Hostellerie Restauration)

Abonnez-vous par

Tél. : **01 45 48 45 00** Fax : 01 45 48 51 31 abo@lhotellerie-restauration.fr

Internet : www.lhotellerie-restauration.fr

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