

L'Hôtellerie Restauration

1^{er} décembre 2011 N° 3266

Pages
centrales
Annonces
classées

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

MAITRISER VOTRE E-RÉPUTATION

avec



Agence Digitale de Notoriété | Community Management

HOTELLERIE | RESTAURATION | SPA | TOURISME



Contactez nos experts au 01 45 01 89 13

Découvrez
notre offre
au dos ➔



L'agence pour gérer l'e-Réputation de votre marque

Contact
01 45 01 89 13

ECOUTER |

En temps réel, l'argus de votre marque sur internet



Type de source



Impact potentiel



*Technologie Radar by ADN Réputation
Suivi des blogs, avis de consommateurs, journalistes, réseaux sociaux ...

DIALOGUER |



Votre service personnalisé de community manager

Le conseil et le suivi de vos avis de consommateurs

INCITER |

Notre réseau professionnel de blogueurs, l'animation de votre communauté facebook, twitter, foursquare ...



L'Hôtellerie Restauration

1^{er} décembre 2011 N° 3266

Pages
centrales
Annonces
classées

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Télévision, p. 9

**Pour M6,
Cyril Lignac**
fait un tour de
France en side-car
à la découverte de
produits d'exception

Restauration, p. 10

**Un hommage
3 étoiles au
Domaine
des Crayères
de Reims (51)**

11 au 13 mars 2012, p. 12

**L'Omnivore
Food Festival**
déménagement de
Deauville à Paris

Hôtellerie, p. 14

**Louvre
Hôtels**
signe un
partenariat
avec le groupe
chinois
Jin Jiang Inn

À Saint-Malo **Vent**
en poupe
pour
l'Umih

Lire
pages
4 à 8

© Pierre Soissons



**Le Pradey : un hôtel
de créateurs à Paris**
pp. 92-93

Produits & Équipements, pp.29-32 et pp.65-80 : spas, cafés et petits déjeuners



Sphères chocolatées, cœur crémeux

Une création signée Christophe Adam

Tous nos vœux d'Excellence pour 2012



L'édito

Vent en poupe et vents contraires

Symbole par excellence de la cité corsaire, le trois mâts amarré face au palais des congrès de Saint-Malo fut durant trois jours pavaisé aux couleurs de l'Umih, qui avait rassemblé ses délégués pour une assemblée de réflexion d'autant plus suivie que les temps sont incertains. Fort des résultats flatteurs de l'enquête Ifop-**L'Hôtellerie Restauration** publiée la semaine précédente (n° 3264 du 17 novembre 2011), **Roland Héguay** ne pouvait qu'exprimer la satisfaction d'une notoriété renforcée alors que les turbulences de la rue d'Anjou auraient pu détourner les professionnels de l'organisation patronale.

Raison de plus pour envisager avec sérénité un avenir qui s'annonce forcément compliqué. C'est ce qu'ont retenu les participants aux divers travaux de ce congrès où l'anxiété perceait parfois sous les proclamations de circonstances. Certes, les hôteliers, restaurateurs et cafetiers ne pouvaient qu'émettre un soupir de soulagement après le 'plan de rigueur' gouvernemental qui leur avait épargné le retour à un taux normal de la TVA, mais les perspectives d'une conjoncture dégradée, les comportements erratiques des marchés financiers, les inquiétudes d'une clientèle soucieuse de son pouvoir d'achat se joignent aux inévitables incertitudes d'une campagne électorale qui s'annonce âpre et longue, pour ne pas susciter de légitimes interrogations.

La tentation du repli est parfois apparue lors du congrès de Saint-Malo, notamment par le rejet fermement exprimé de l'amendement Siré consacré aux appellations des cartes de restaurants, un scepticisme distant à l'égard des propos du directeur général de Pôle emploi, qui a évalué à 80 % le taux de rotation de la main-d'œuvre dans la profession sur dix ans et un manque d'enthousiasme face aux perspectives de développement du tourisme international.

Certes, les mois à venir seront marqués par de lourdes obligations : mise aux normes de sécurité incendie, classement hôtelier indispensable pour rester dans le marché, accessibilité des personnes handicapées, sans oublier les investissements de confort, de marketing, de formation qui conditionnent la réussite d'un établissement. Pour rester dans la métaphore nautique, l'Umih bénéficie actuellement d'un vent en poupe qu'il serait dangereux de transformer en autosatisfaction, que des vents contraires pourraient venir inopinément et trop fortement secouer.

L. H. R.

L'Hôtellerie Restauration

Édité par la SOCIÉTÉ D'ÉDITIONS ET DE PÉRIODIQUES TECHNIQUES S.A.

Siège : 5 rue Antoine Bourdelle - 75737 Paris cedex 15

Tél. : 01 45 48 64 64 - Fax : 01 45 48 04 23

journal@lhotellerie-restauration.fr

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : CHRISTIAN BRUNEAU

• Commission paritaire n° 0910 T 79916

• Dépôt légal à parution

• Diffusion : 64 403 • ISSN 0750 3717

IMPRESSIION : IMPRIMERIE IPS - 27120 PACY-SUR-EURE

CE NUMÉRO EST COMPOSÉ D'UN CAHIER DE 100 PAGES, DE DEUX ENCARTS QUADRIGA, D'UN ENCART GL EVENTS ET D'UN ENCART BULLETIN D'ABONNEMENT.



Presse PRO

4-14 L'actu de la semaine

16-18 Courrier des lecteurs & Blogs des Experts

20-27 Restauration

20 Jambon Bulle à Aix-en-Provence (13) **21** Goût de luxe à Quimper (29) **22** Le Relais breton au Port-Marly (78) **23** Le chef **Franck Mischler** (groupe La Folie Douce) **24** Le Silencio à Paris (II^e) **25** Les Oliviers à Lannillis (29) **26** La Table de Christophe à Strasbourg (67) • Le Jean Moulin à Lyon (II^e) **27** Dans le noir à New York (États-Unis)

28 Les artisans de l'excellence

François Durand, dernier défenseur du camembert

29-32 et 65-81

Produits & Équipements

29-32 Salles de bains et spas **65-73** Cafés & machines à café **74-80** Petits déjeuners

33-64 Petites annonces

81-82 Restauration rapide

81 VF (Version française) à Angers (49) **82** L'enseigne anglaise Pret A Manger arrive en France

84-85 Restauration concept

84 Meatballs à Londres (Grande-Bretagne) • Restaurant Osaka à Los Angeles (États-Unis) **85** Bioburger à Paris (II^e)

86-87 Licence IV

86 Le Club Louis XIII à Marseille (I^{er}) **87** Cartel Ocho à Paris (III^e)

88-91 Hôtellerie

88 Une junior suite les pieds dans l'eau • Book Inn France **90** Les 2 Rives à Barnessac (48) **91** Le renouveau de l'hôtellerie marseillaise **92-93** Déco : Le Pradey à Paris (I^{er}) **94** International : Le Palazzo Nazarenas au Pérou

96 **Concours** : Participez au concours du meilleur article **L'Hôtellerie Restauration**

97 Agenda

Saint-Malo (35) Il ressort, entre autres, du congrès de Saint-Malo que le titre de Maître restaurateur suffit à donner des garanties au consommateur. Nul besoin d'un texte de loi supplémentaire.



Retrouvez le congrès de l'Umih en vidéos sur www.lhotellerie-restauration.fr/umih

Congrès de l'Umih : le titre de Maître restaurateur est dans le camp des départements

Avec un peu plus de 1 500 plaques remises en trois ans, le titre de Maître restaurateur peine à décoller. Et pourtant, la profession s'est engagée à le développer.

Véronique Gaulon, en charge désormais du dossier à l'échelon national pour l'Umih, fait volontiers le parallèle avec le classement hôtelier. *"La nouveauté fait peur, la procédure administrative peut paraître lourde, la méconnaissance est sans doute à l'origine du blocage."* Il n'empêche, la chef de file de l'Umih Berry a lancé, à l'occasion du congrès 2011, un appel à la mobilisation. *"Chacun a pu voir cette année les différents reportages à la télé qui veulent faire croire que les restaurants français ne produisent plus que de la cuisine au micro-ondes. Dans chaque département, ne pas convaincre les restaurateurs de s'investir dans le titre, c'est leur donner raison."*



Véronique Gaulon est bien décidée à motiver les départements à s'investir dans le seul titre officiel décerné à la restauration.

À l'heure où la profession parle fidélisation des équipes, Véronique Gaulon estime que ce label, qui s'appuie sur le chef et l'établissement, est aussi un moyen de valoriser le cuisinier salarié. *"Des titres ont été refusés par les préfets malgré des audits favorables. Tout est perfectible. Il existe des commissions de recours auxquelles participent des délégués Umih. Il ne faut pas hésiter à faire appel à eux."* Le syndicat

travaille actuellement avec Bercy pour faire évoluer les critères d'obtention du titre *"sans le dévaluer mais pour augmenter son développement. Ceux qui ont obtenu le titre en 2008 vont devoir le renouveler en 2012. Nous plaignons pour un renouvellement simplifié si nous sommes dans le contexte : même chef, même établissement"*. La profession souhaite aussi que le crédit d'impôts associé au titre soit reconduit pour tout renouvellement. Mais rien n'est sûr en période d'effort national. Mercredi matin, **Vincent Ferniot**, le critique gastronomique et depuis peu restaurateur aux côtés de son frère, **Simon** - les deux hommes viennent de lancer le concept Boco dans la capitale - allait ensuite intervenir aux côtés de **Jean Terlon**, président de l'Umih Essonne, **Hubert Jan**, président de

l'Umih Finistère, et **Régis Marcon** sur l'amendement Siré. L'auteur du texte, le député des Pyrénées-Orientales, **Fernand Siré**, invité à dialoguer avec les restaurateurs, était absent. Pour Vincent Ferniot, la volonté politique est à la fois d'apporter de l'information au consommateur et de l'aider à progresser dans son pouvoir d'achat. Régis Marcon, le triple étoilé de Saint-Bonnet-le-Froid, connaît bien les difficultés du secteur. Il a beaucoup appris dans le cadre de sa mission sur l'apprentissage. Il résume : *"Les problèmes de recrutement sont récurrents. Un cuisinier manque et l'option de la crème anglaise prête à servir dépanne. Après, cela devient une solution pratique."* Les consommateurs ont une mauvaise image des surgelées *"Quand je reçois des langoustines de Bretagne le matin, je les* ➤

De g à d : **Régis Marcon, Hubert Jan, Jean Terlon** et **Vincent Ferniot** lors des débats sur l'amendement Siré.





À VOUS D'IMAGINER LA RECETTE QUI FERA DE VOUS UNE ÉTOILE



Exprimez votre talent
**et gagnez
un voyage gastronomique
pour 2 personnes au Brésil**

L'édition 2012, présidée par Thierry Marx, Chef exécutif au Mandarin Oriental PARIS, récompensera le candidat qui saura marier créativité et saveurs en créant un plat à partir de la crème Supérieure 35 % PRÉSIDENT Professionnel et un dessert à partir du mascarpone GALBANI.



Président Professionnel accompagne les chefs de l'école aux étoiles

Pour en savoir plus et vous inscrire - www.president-professionnel.fr



➔ *surgèle pour le soir. C'est une technique pour préserver leur qualité. Malheureusement, on mélange tout et il y a, là encore, beaucoup de méconnaissance. Bien sûr, il ne faut pas se voiler la face, il y a des établissements qui ne font que du réchauffé. Aujourd'hui, la bonne question, c'est : qu'est-ce que le client recherche ? Les gens s'interrogent sur la traçabilité, la qualité, le bio, la culture raisonnée... Ils veulent bon, bien et digeste. Sans oublier l'accueil et le service.* Au terme de cette matinée de travaux, la réponse n'était pas dans un astérisque sur une carte, mais bel et bien dans le titre de Maître restaurateur, dont le cahier des charges répond parfaitement aux attentes du grand public. Aux départements de retrouver leurs manches avant que le millefeuille des lois ne s'épaississe davantage.

SIGNATURE DE LA GRILLE SACEM

Le 59^e congrès de l'Umih

Assemblée générale de l'hôtellerie française

Celle-ci était animée par **Laurent Duc**, président de la branche des hôteliers, avec la participation de **Christine Trottignon**, d'Atout France. Le classement hôtelier est au cœur des débats. Les hôtels qui ne seront pas classés en juillet 2012 ne pourront plus faire référence à ces étoiles non seulement sur la devanture de l'établissement mais aussi sur toute la documentation de l'établissement : carte, prospectus, produits d'accueil, site internet... Que faire contre les établissements qui continueront, malgré tout, à conserver les

anciennes étoiles ? Laurent Duc précise que les Umih départementales peuvent saisir la Direccte locale pour publicité mensongère. "Quand Atout France va-t-il faire son travail de promotion du classement ?" demande un intervenant. "Atout France ne fait la promotion que des hôtels classés", répond Christine Trottignon. À ce jour, seuls 2 500 hôtels sont classés selon les nouvelles normes. Pour sa part, le ministère du Tourisme attend un minimum de 5 000 hôtels classés pour réfléchir à une politique de promotion.

a également été marqué par la signature du nouveau barème Sacem entre **Roland Héguy**, président confédéral, et le représentant de la Société des auteurs compositeurs, **Bernard Maiyet**. "La nouvelle grille de tarification correspond à la réalité du terrain. Elle a été fortement simplifiée et elle écarte les nombreux critères qui la rendaient obsolète", explique **Laurent Lutse**, président de la Fédération nationale des cafés, brasseries et monde de la nuit (FNCB-MN). Lors de l'assemblée générale de la branche, celui-ci est revenu aussi sur

le protocole signé avec la Spré. "Les professionnels ont besoin d'être rassurés, surtout lorsqu'il y a eu des contentieux. Les choses sont apaisées et les négociations prévoient de revenir sur ces contentieux." Toujours à l'ordre du jour de la fédération, l'accessibilité, "qui pose d'énormes problèmes pour les petits établissements", et les cafés-culture, "qui renouent avec la notion de cafés-concerts. Ce réseau permet aux petits établissements d'être acteurs de la culture". Dans les dossiers annoncés en 2012 : la licence IV, les bowlings et le besoin d'une filière davantage structurée entre

producteurs, fournisseurs et bistrots. ■ **SYLVIE SOUBES**

LE NORD-PAS DE CALAIS ANNONCE UNE CONSTRUCTION RÉGIONALE



De gauche à droite : **Thierry Grégoire, Régis Florin et Bernard Prin.**

Le Pas-de-Calais avait annoncé sa décision de créer une seule et même structure. **Thierry Grégoire**, président de l'Umih terre et mer Côte d'Opale, et **Régis Florin**, président de l'Umih 62, ont confirmé à Saint-Malo l'unification effective du département à partir du 1^{er} janvier 2012. Dans la foulée, les responsables syndicaux ont annoncé la tenue d'une assemblée générale constitutive en janvier qui donnera lieu à la création de l'Umih Nord-Pas-de-Calais en partenariat avec l'Umih 59, présidée par **Bernard Prin**.

SY. S.

TABLE RONDE SUR L'ACCESSIBILITÉ

L'échéance arrive à grands pas. Au 1^{er} janvier 2015, tous les hôtels, cafés, restaurants et établissements recevant du public (ERP) devront être accessibles aux personnes à mobilité réduite mais aussi à toutes les formes de handicap. Cette table ronde est animé par **Bertrand Lecourt** avec la participation de **Marie Prost-Coletta**, déléguée ministérielle à l'accessibilité, venue présenter le guide *Cafés, hôtels, restaurants et discothèques : réussir l'accessibilité*. Ce document numérique de 120 pages, téléchargeable gratuitement, a pour

vocation d'aider les professionnels à réussir à moindre coût les aménagements nécessaires. Marie Prost-Coletta conseille aux professionnels qui souhaitent demander des dérogations de le faire le plus tôt possible. Elle précise que 75 % des dossiers présentés pour une demande de dérogation sont acceptés. Un participant demande quelle est la durée de validité d'une dérogation temporaire municipale en matière d'accessibilité. "Ces dérogations n'ont aucune valeur. Les dérogations en matière d'accessibilité des ERP sont du pouvoir exclusif du préfet et non du maire", précise Marie Prost-Coletta.



LA SAUCE C'EST VOUS, L'ONCTUOSITÉ C'EST PRÉSIDENT PROFESSIONNEL

Crème
Supérieure 35 %

Une tenue onctueuse
pour toutes vos émulsions
et vos sauces

Ne tranche pas
au déglacage

Une saveur unique
qui donne du goût à
toutes vos préparations



Président Professionnel accompagne les chefs de l'école aux étoiles

www.president-professionnel.fr



Au congrès de l'Umih, le secrétaire d'État au Tourisme a confirmé que le taux réduit de TVA à 7 % s'appliquerait bien à toutes les formes de restauration et d'hébergement touristique.

Frédéric Lefebvre veut rassurer les professionnels



Frédéric Lefebvre, à son arrivée au congrès de l'Umih, encadré par Bertrand Lecourt (à g.), président de l'Umih Paris, et Roland Héguy (à d.), président confédéral.



Au premier plan, de g. à d., Hervé Becam, Brigitte Delaunay, Roland Héguy, Philippe Villalon. Au deuxième rang, de g. à d., Laurent Duc, Gérard Guy et Jean-Marc Banquet d'Orx.

Saluant les 43 000 emplois créés, qui font du secteur de l'hôtellerie-restauration le premier recruteur en France, le secrétaire d'État au Tourisme, **Frédéric Lefebvre**, a justifié le relèvement du taux réduit de TVA à 7 % par un souci d'harmoniser ce taux avec celui appliqué en Allemagne et surtout de combler une partie des déficits du budget de l'État. Il a qualifié cette mesure d'effort équitable, dans la mesure où elle s'appliquera à toutes les formes de restauration et d'hébergement touristique. Frédéric Lefebvre a précisé qu'il n'est pas question de revenir au taux normal de TVA à 19,6 %. En contrepartie, le secrétaire d'État au Tourisme rappelle que toutes les organisations professionnelles qu'il a rencontrées le 10 novembre dernier se sont engagées à respecter le contrat d'avenir en termes de création

d'emploi mais aussi de prime pour les salariés. *"Je sais que je peux compter sur votre fidélité, et je peux vous assurer de la nôtre"*, a-t-il déclaré.

Ont ensuite été rappelés les grands défis de la profession : la qualité et le développement durable. Frédéric Lefebvre a tenu à rassurer les professionnels face à l'amendement Siré qui prévoit de renforcer l'information des consommateurs.

"Loin d'être une menace, cela va permettre de



Lire les autres articles sur le sujet, les réactions d'autres professionnels ou réagir avec le mot clé **SLP761** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

défendre la qualité à tous les niveaux. C'est votre meilleur rempart face à la crise. Renforcer le lien de confiance entre professionnel et consommateur, c'est renforcer votre dynamisme." Un accent mis sur la qualité qui doit aussi se concrétiser par la promotion du titre de Maître restaurateur. Selon les vœux du ministre, les titulaires de ce titre devraient d'ailleurs passer de 1 500 à 7 000.

L'ÉQUITÉ AVANT TOUT

"Quand le président confédéral de l'Umih veut l'équité pour l'ensemble des membres de l'Umih, cela signifie que l'ensemble des acteurs de la consommation immédiate doivent être taxés à 7%", a déclaré **Roland Héguy**, qui réclame aussi que tous les établissements d'hébergement soient soumis à la même taxation, dès le premier euro.

Les professionnels ont également pu assister à

la table ronde animée par **Christian Bruneau**, directeur de publication de **L'Hôtellerie Restauration**, sur le thème 'Comment créer de l'emploi et de la croissance après le plan d'austérité ?'. La profession se trouve face à un paradoxe : les entreprises créent de l'emploi, recherchent de nouveaux salariés, alors que 200 000 emplois sont vacants. Pour **Christian Charpy**, directeur de Pôle emploi, un constat : 79 % des personnes ne restent pas plus de dix ans dans la profession. Le secteur du bâtiment, qui souffrait du même déficit d'image, a pu inverser la tendance. Christian Charpy a insisté sur la revalorisation des métiers du secteur. Une revalorisation qui, selon **Régis Marcon**, restaurateur triplement étoilé et chargé de mission pour la formation en alternance, ne peut passer que par la formation des maîtres d'apprentissage.

PASCALLE CARBILLET

L'actualité

Dans une nouvelle série documentaire sur M6, le chef parcourt l'Hexagone en side-car à la découverte de produits d'exception.

Le tour de France de Cyril Lignac



"J'ai énormément appris lors des tournages", explique, Cyril Lignac.

Avec **Oui Chef!**, Cyril Lignac a été le premier chef en prime-time à la télévision française. C'était en 2005. Cette fois, il prend la route au guidon de son side-car et visite une région par émission de soixante-cinq minutes. La Corse, la Bretagne, le Languedoc-Roussillon et l'Auvergne sont déjà en boîte, le tournage ayant débuté il y a un an. Chaque road-movie demande une dizaine de jours de tournage car le chef ne se contente pas d'arriver à la dernière minute sur un plateau. Il paye de sa personne. Le voilà en pleine mer (démontée) pour pêcher du bar de ligne. On le retrouve à courir après les chèvres sur le flanc des montagnes corses, les traire et apprendre à faire le brocciu. Il suit aussi tout le processus d'élevage pour le bœuf de Salers ou les moules de Bouchot.

Cyril Lignac, fidèle à lui-même, assume son enthousiasme : *"J'ai énormément appris lors des tournages. J'ai découvert des hommes, des produits et tout le travail qu'il y a derrière. Je m'émerveille. Et quand je ne sais pas, je pose des questions. Quelquefois, elles peuvent paraître bêtes, mais ce n'est pas un problème. L'important, c'est d'apprendre. En tant que cuisiniers, nous sommes toujours dans nos établissements et nous n'avons pas beaucoup de temps pour aller à la rencontre des producteurs. On nous propose les produits au restaurant. Grâce à cette émission, je pense que les spectateurs vont apprendre beaucoup de choses, comme moi, tout simplement."*

À LA DÉCOUVERTE DES RICHESSES DU TERROIR

Sur son side-car, il traverse donc les régions, met en avant des producteurs mais aussi revisite les cuisines régionales lors du dîner final qui clôt le programme. Il reçoit tous les producteurs présentés dans l'émission et leur propose sa vision du produit. Cuisine et découverte des richesses de nos terroirs, avec du contenu, du rythme et de l'humour. Ça s'appelle 'Le chef en...' Bretagne, Alsace ou Provence-Alpes-Côte d'Azur... selon le lieu de tournage. La date de diffusion n'est pas encore connue. ■

NADINE LEMOINE

3-7 mars 2012
PARIS-NORD VILLEPINTE - HALL 5

La nouvelle scène de
L'INNOVATION
Inventez vos nouvelles réussites !



Avec **SuccessFood**, séduisez vos clients et innovez pour tous les moments de restauration

- Toutes les idées et solutions pour créer, aménager un lieu de restauration, adapter son offre aux tendances de consommation.
- Toute l'innovation pour la restauration multiforme.

Des concours prestigieux

- Le **Bocuse d'Or France**
- La **Coupe Europe**, sélection de la Coupe du Monde de la Pâtisserie



SuccessFood & Européain



- Le 1^{er} événement restauration, boulangerie et pâtisserie à Paris.
- Plus de 1 000 exposants et marques attendus, dont 250 pour SuccessFood.

La Rue des Succès met en scène les concepts restauration, boulangerie et pâtisserie qui ont réussi.

Votre badge électronique gratuit avec le code invitation **PRD** sur www.success-food.com



Reims (51) Philippe Mille, Gérard Boyer, Alain Passard et Frédéric Anton dans un même menu, c'est l'opération montée par Hervé Fort, directeur du domaine des Crayères.

Un hommage 3 étoiles aux Crayères

Nous sommes avant tout des passeurs de savoir-faire. Réaliser ce menu d'exception, où chacun prépare sa spécialité, est une formidable expérience. À notre niveau de compétence, l'heure est au partage et à la connivence, non à la concurrence. C'est un pur bonheur de voir la Champagne, Reims et le domaine Les Crayères célébrés ainsi", confie **Gérard Boyer**, créateur, avec son épouse **Éliane**, de cette belle maison transmise à la famille **Gardinier**. **Hervé Fort**, directeur du domaine, et le chef **Phi-**

lippe Mille ont eu l'idée de réunir autour de cette figure emblématique de la cuisine champenoise deux ténors de la gastronomie française (3 étoiles chacun) installés maintenant à Paris : **Alain Passard**, à l'Arpège, et **Frédéric Anton**, au Pré Catelan.

À l'automne 1976, **Alain Passard**, jeune commis débarquant de Bretagne, a été accueilli sur le quai de la gare de Reims par **Gérard Boyer** en veste de cuisinier. "Ce n'était pas un restaurant mais une maison. Avec Gérard et son père **Gaston**, de grands



Philippe Mille, Gérard Boyer, Alain Passard et Frédéric Anton collaborent à un menu commun.

rôtisseurs, j'ai appris la maîtrise de la flamme", se souvient le chef de l'Arpège. En 1988, c'est au tour du "Masterchef" de rejoindre Les Crayères en tant que chef de partie poissons : "Les Crayères font partie de mon apprentissage, de mon histoire. C'était la première fois que je découvrais le mariage de la cuisine familiale et du luxe. Je me souviens encore de mon étonnement quand j'ai vu un client arriver en hélicoptère dans le parc", raconte Frédéric Anton. Tous deux ont un véritable attachement à cette maison et à Gérard Boyer. Ils ont accepté tout de suite de contribuer à ce menu.

menu Transmission & partage, chacun a choisi un plat phare de sa cuisine. D'un point de vue pratique, la brigade de Philippe Mille a dû intégrer rapidement les nouvelles recettes. Les seconds de cuisine sont allés dans les établissements des chefs parisiens pour apprendre à les maîtriser. "C'est hyper motivant pour les équipes et un peu stressant lors du premier service", concède Philippe Mille. Du 21 novembre au 18 décembre, midi et soir, le menu est proposé à 350 € avec les accords mets-champagnes du sommelier **Philippe Jamesse**, sans réservation obligatoire. Mais le téléphone n'arrête déjà pas de sonner. Et les mousquetaires des Crayères ont déjà décidé que l'opération serait renouvelée. ■

NADINE LEMOINE

Les Crayères • 64 boulevard Henry Vasnier • 51100 Reims
• www.lescrayeres.com

ARTS DE LA TABLE | CUISINE PROFESSIONNELLE
HYGIÈNE | MOBILIER | TEXTILE | LITERIE

**AURIEZ-VOUS IMAGINÉ
UNE OFFRE AUSSI COMPLÈTE ?**

Restaurant l'Altiport - Méribel (73)
réalisation Bos Equipement Hôtelier.

BOS
équipement
hôtelier

Renseignements sur www.bos-equipement.com 0825 877 690
0156 TTC/mn
depuis un poste fixe

TRANSMISSION & PARTAGE

Transmission aussi avec l'actuel chef des Crayères, Philippe Mille, qui a repris le flambeau. MOF 2011, il a travaillé près de trois ans aux côtés de Frédéric Anton. La boucle est bouclée. Pour ce

Retrouvez le détail du menu Transmission & Partage avec le mot-clé **RTR417641** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Dans un article publié dans la *New York Review of Books*, le journaliste Edward Epstein revient sur 'l'affaire DSK', en se basant sur les enregistrements des caméras de sécurité de l'hôtel Sofitel de New York en date du 14 mai 2011. Il fait état de membres du personnel exécutant une 'danse de joie' de trois minutes, juste après la sortie de Nafissatou Diallo de la suite 2806, nourrissant la théorie d'un complot auquel la marque du groupe Accor aurait pris part. Sofitel a tenu à répondre à ces allégations.

Affaire DSK : Sofitel dément toute implication

Depuis le début de cette affaire, et comme il en a l'obligation légale, Sofitel a toujours coopéré avec la justice américaine et a transmis à celle-ci tous les éléments requis dans le cadre de la procédure toujours en cours. Alors que le procès au civil de cette affaire n'a pas encore eu lieu, il n'appartient pas à Sofitel de prendre parti et/ou de commenter les récentes interprétations publiées. Néanmoins Sofitel

SOFITEL
LUXURY HOTELS

souhaite apporter quelques précisions factuelles. L'article paru dans *New York Review of Books* affirme que deux employés de Sofitel auraient été filmés par les caméras de surveillance de l'hôtel, 'se réjouissant' pendant trois minutes. En réalité, ces faits ont duré 8 secondes, sans qu'aucune 'extraordinaire

danse de fête' n'ait pu être constatée. Les deux employés interrogés ont catégoriquement nié que cet échange ait quelque lien que ce soit avec Monsieur Strauss-Khan. En ce qui concerne la chambre 2820, l'historique informatique des chambres montre que le client de la chambre 2820 a procédé au règlement de sa chambre (check-out) à 11 h 36 et que la femme de ménage a

fait le ménage de cette chambre immédiatement après. L'insinuation selon laquelle le client occupant la chambre 2820 serait impliqué dans l'incident est donc fautive et sans fondement. Sofitel rappelle enfin que sa position dans l'affaire mettant en cause Dominique Strauss-Kahn à New York est, et a toujours été, de préserver la sécurité de ses clients comme celle de ses collaborateurs." ■

Flashcode



web



**Vous gérez un établissement
qui vend de l'alcool ?**

**Obtenez votre permis d'exploitation
nécessaire à l'exercice de votre activité !**

Retrouvez toutes nos sessions
sur commerce.ccip.fr



0820 012 112
1000 entreprises
entreprises.ccip.fr



**Chambre de commerce
et d'industrie de Paris**

Luc Dubanchet, associé à GL Events, lance l'Omnivore World Tour, festival culinaire mondial itinérant dédié à la 'jeune cuisine' et transfère l'Omnivore Food Festival de Deauville à Paris.

Omnivore prend un nouveau tour



Parmi les chefs présents lors de l'Omnivore New York 2010, s'étaient notamment croisés **Giovanni Passerini** et **Jeremiah Stone** (Rino, Paris), **Mads Refslund** (Danemark), **John Frasier** (Dovetail, New York), **Yann Meinsel** (Thoumieux, Paris).

L'Omnivore Food Festival (OFF) de Deauville passe à la vitesse supérieure. Le rendez-vous normand, inscrit dans les événements annuels de la profession, devient parisien.

Du 11 au 13 mars, c'est à la Mutualité (Paris, V^e), que les chefs considérés par l'équipe d'Omnivore comme les plus novateurs vont se succéder sur scène. Un auditorium de 1 700 places accueillera pendant trois jours des prestations salées ou sucrées complétées par des dégustations. La distribution sera connue début décembre.

Si le festival change de lieu et de dimension, c'est grâce au partenariat établi entre **Luc Dubanchet**, fondateur de l'OFF, et **Olivier Ginon**, p.-d.g. de GL Events, l'un des leaders mondiaux dans l'organisation d'événements et de salons, dont le Sirha et le Bocuse d'or. *"Omnivore avait besoin d'un partenaire pour se développer. GL Events est donc entré au capital d'Omnivore et cela va nous permettre de faire beaucoup de choses"*, souligne

Luc Dubanchet. *"Nous étions partis sur la grande cuisine avec le Bocuse d'or, et Omnivore sur un autre type de cuisine. Pourquoi ne pas les faire se rencontrer ?"*, interroge Olivier Ginon, accompagné de **Marie-Odile Fondeur**, directrice générale du pôle agroalimentaire, restauration et hôtellerie de GL Events. Ce sera chose faite pour la première fois lors du Sirha Genève, du 5 au 7 février prochains, qui marquera le début de l'Omnivore World Tour, soit 12 villes du monde investies par la caravane Omnivore. Genève, Paris, Bruxelles, Moscou, Copenhague, Shanghai, New York, Montréal, São Paulo, San Francisco, Istanbul et Sidney constituent les étapes du premier Omnivore World Tour, rien que pour 2012.

CUISINE CIRCULAIRE

Au programme, des démonstrations culinaires réalisées par 5 à 10 chefs français et internationaux 'castés' pour la manifestation, et 5 à 10 chefs locaux, *"en dosant savamment entre chefs célèbres et en devenir"*,

précise Luc Dubanchet. Dans chaque ville, Omnivore installe sa 'mobile kitchen' : une cuisine circulaire équipée d'une caméra à 360° sous un dôme gonflable et un dispositif de projection immersif unique en son genre. Selon les destinations, la mobile kitchen est implantée soit au sein d'un salon géré ou associé à GL Events comme à Genève, Bruxelles, Shanghai ou São Paulo, soit dans un lieu *"insolite et confluent"* comme au pied du Golden Gate de San Francisco. *"L'Omnivore World Tour est le premier festival itinérant de cuisine. Et d'autres destinations sont encore à venir"*, prévient Luc Dubanchet. *"C'est l'aboutissement d'une conviction : la cuisine se partage. Il faut connecter tous les chefs du monde pour faire avancer la cuisine."*

NADINE LEMOINE

OMNIVORE : MAGAZINE, INTERNET, GUIDES...

Le magazine *Omnivore* reviendra à partir du 1^{er} mars 2012 à un rythme trimestriel. Une traduction anglaise devrait suivre. Le guide *Carnet Omnivore* sortira aussi en mars. Le site internet **www.omnivore.fr** fait peau neuve. Les places pour les manifestations seront en vente sur ce site. Pour finir, un guide international des 200 restaurants les plus intéressants dans le monde est en préparation.

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



TRANSGOURMET

Engagé à vos côtés

Inscriptions jusqu'au 15 février 2012

Plus d'informations : 01 60 13 79 44

ou www.transgourmet.fr

Le n° 2 de l'hôtellerie en Europe annonce la signature d'un accord avec l'un des leaders de l'hôtellerie chinoise.

Louvre Hôtels signe un partenariat avec Jin Jiang Inn

Louvre Hôtels, le n° 2 de l'hôtellerie en Europe, vient de signer, avec le soutien d'Atout France, un partenariat avec le groupe Jin Jiang Inn Co Ltd, leader chinois du tourisme et coté à la Bourse de Shanghai. Cet accord, qui émane de la volonté du groupe chinois d'étendre son réseau, est une occasion unique pour Louvre Hôtels de s'implanter sur le territoire chinois, tout en s'assurant une meilleure exposition auprès des touristes chinois en Europe. Grâce à un nouveau dispositif destiné à supprimer les visas touristiques individuels, les ressortissants de l'empire du Milieu sont de plus en plus nombreux à connaître les joies du tourisme (+ 28 % en 2011, par rapport à 2010).

Le contrat entre les deux groupes repose dans un premier temps sur un accord de marques, et entraîne une réciprocité d'échanges et de services entre les deux groupes. "Dès le début décembre, 15 hôtels Campanile en France bénéficieront de la double enseigne Campanile-Jin Jiang Inn à Paris, Lyon et sur la Côte d'Azur. Inversement, en Chine, 15 hôtels sous enseigne Jin Jiang Inn seront 'co-brandés' Campanile dans les villes de Pékin, Shanghai et Xi'an", a annoncé **Pierre-Frédéric Roulot**, président du groupe Louvre Hotels.

Tout a été pensé pour faciliter l'accueil des visiteurs chinois en France et français en Chine. Dans l'Hexagone, c'est toute la panoplie d'un dispositif d'accueil qui est envisagé : personnel chinois, brochures rédigées en mandarin, assistance téléphonique et chaînes de télévision chinoises. Même le chef **Pierre Gagnaire**, qui a conçu les cartes pour Campanile, a dû adapter son offre. "La restauration fut l'un des points clés qui a motivé la demande du groupe Jin Jiang Inn", précise Pierre-Frédéric Roulot. Le partenariat devrait suivre plusieurs étapes. "Nous voulons atteindre, en 2012, 40 à 75 hôtels 'co-



Pierre-Frédéric Roulot, président du groupe Louvre Hôtels : "Nous voulons atteindre, en 2012, 40 à 75 hôtels 'co-brandés' du côté des deux partenaires."

brandés' du côté des deux partenaires", développe le président de Louvre Hôtels. Le groupe espère ainsi faire aussi bien qu'en Inde ou au Brésil, où il est déjà co-leader.

UN PARTENARIAT SANS INVESTISSEMENT

L'arrivée de flux touristiques de Chinois voyageant en individuel et sans visa devrait être un apport essentiel pour les hôtels Campanile français, complétant

la clientèle d'affaires individuelle, habituellement présente en semaine mais qui laisse les hôtels vides le week-end. "Nous nous basons sur les statistiques d'Atout France, qui espère plus d'un million de visiteurs chinois en France dans les deux prochaines années."

Louvre Hôtels élargit sensiblement son réseau en Chine avec, à terme, l'arrivée de toutes les autres marques du groupe, sans avoir investi au préalable. "Une vraie politique d'asset-light", souligne Pierre-Frédéric Roulot, les seuls investissements que nous faisons concernent le recrutement de personnel chinois en France." Par la suite, le groupe envisage d'autres développements en Chine, soit sur d'autres marques, soit dans la mise en place d'un partenariat financier avec prise de participation du groupe Jin Jiang dans une société commune, suivant le modèle initié par le Club Med. ■ **ÉVELYNE DE BAST**

LE GERS À L'HONNEUR AU MARCHÉ DE RUNGIS



André Daguin a inauguré le 24 novembre une 'rue du Gers' en compagnie de **Marc Spielrein** (à gauche), président-directeur général du marché de Rungis, ainsi que du sénateur **Aymeri de Montesquiou** (à droite). "La mise en avant de la production gersoise en particulier et, plus généralement,

des différentes régions françaises, a pour vocation de montrer la diversité de notre offre. La proximité avec l'aéroport d'Orly facilite l'exportation à destination de restaurateurs et d'hôteliers présents dans le monde entier, car certains produits ne peuvent venir que de France." C'est le cas du foie gras du Gers, par exemple.

"La meilleure volaille que l'on puisse produire, c'est dans le Gers", a affirmé André Daguin, en véritable porte-étendard de sa région et de ses spécialités culinaires. Une banda (orchestre régional du Gers) animait les festivités et dégustations qui se déroulaient entre 4 heures et 8 heures du matin. **A. J. A.**

C&S
Chef & Sommelier



Collection Grands Cépages

Votre talent révélé



Chef & Sommelier réinvente la dégustation
et innove en développant
de nouvelles formes dans des matériaux inédits :
la porcelaine MAXIMA,
la verrerie en Kwarx®.

www.chefsommelier.fr

antoine.roge@arc-intl.com

Chef & Sommelier :
une marque 100% experte pour révéler votre talent.

Une question ?
Rendez-vous sur les Blogs des Experts
sur www.lhotellerie-restauration.fr

Jours fériés et prime TVA pour les salariés à temps partiel

À combien de jours fériés payés garantis, sur les 6 prévus, un salarié à temps partiel effectuant 25 heures par semaine a-t-il droit. Peut-il demander la prime TVA ?

FLO

Les salariés à temps partiel bénéficient des droits à jours fériés dans les mêmes conditions que les salariés permanents, s'ils disposent d'un an d'ancienneté. Cependant, quelques aménagements sont prévus selon la répartition des heures de travail sur les jours de la semaine. En effet, les salariés à temps partiel dont la durée de travail est répartie sur au moins 5 jours de la semaine bénéficient eux aussi de ces 6 jours fériés garantis. La règle conventionnelle qui prévoit l'attribution d'un jour de compensation, ou son indemnisation lorsque le jour

fériel coïncide avec un jour de repos hebdomadaire, s'applique donc également à eux. Les salariés à temps partiel dont la durée du travail est répartie sur moins de 5 jours dans la semaine en bénéficient également, mais prorata temporis. Le salarié bénéficiera de 5 jours fériés garantis si son temps de travail est réparti sur 4 jours ; de 4 jours fériés garantis s'il est réparti sur 3 jours ; de 3 jours fériés garantis sur 2 jours par semaine ; et, enfin, de deux jours fériés garantis lorsqu'il travaille un jour par semaine. Les salariés à temps partiel ont

eux aussi droit à la prime TVA, à condition de remplir les deux conditions cumulatives posées par l'avenant n° 6 et qui sont : avoir un an d'ancienneté à la date de versement de la prime (prévue à l'échéance de la paie de juillet) et être présent dans l'entreprise le jour de versement de la prime. Cette prime est proratisée pour les salariés à temps partiel, puisqu'elle est calculée sur la base du salaire annuel versé.

Blog des Experts
'Droit du travail
en CHR :
tous les contrats de travail'

Quelle sera l'évolution du niveau I échelon 1 avec la revalorisation du smic ?

Avec l'augmentation de 2,1 % du smic au 1^{er} décembre 2011, quelle sera l'évolution du smic hôtelier au niveau I échelon 1 ?

SYLVIE

En raison d'une augmentation de l'inflation de 2,1 % sur un an, le taux du smic est automatiquement revalorisé du même montant. En conséquence, à compter du 1^{er} décembre 2011, le salaire minimum passera de 9 € brut de l'heure à 9,19 €. Quant au minimum garanti, soit la valeur du repas pour le secteur des HCR, il devrait

être fixé à 3,43 € (contre 3,36 € auparavant). Cette revalorisation du taux horaire du smic va aussi s'appliquer aux salariés du secteur des hôtels, cafés, restaurants, dont le taux horaire minimum était fixé à 9,10 € depuis le 1^{er} mai 2011 conformément au dernier accord social qui avait instauré un salaire minimum dans

la branche supérieur de 1 % par rapport au taux légal. La revalorisation du smic va donc rattraper ce minimum conventionnel. En conséquence, c'est le taux horaire légal de 9,19 € qu'il faudra appliquer à compter du 1^{er} décembre. Les employeurs n'ont pas à majorer de 1 % ce taux légal. La revalorisation du minimum conventionnel

et de la grille de salaire résulte des négociations entre les partenaires sociaux de la branche qui devaient d'ailleurs se réunir le 29 novembre en commission mixte paritaire pour négocier sur ces sujets.

Blog des Experts
'Droit du travail en CHR :
tous les contrats de travail'

Les professionnels ne s'y trompent pas.

Assiette Intensity

Innovation et performance



Vaisselle performante et durable, adaptée aux utilisations intensives.

- Fiabilité garantie avec une solidité aux chocs jusqu'à 3 fois plus forte que la porcelaine.
- Résistance parfaite aux rayures grâce à une surface renforcée qui permet de conserver l'aspect d'origine.
- Alliance d'une matière lisse et non poreuse à la brillance inaltérable.
- Forme incontournable.



www.arcoroc.fr

Arcoroc

PROFESSIONAL

□ Blogs des Experts & Questions-Réponses

Reprise d'un fonds récent : quels sont les ratios et loyers moyens en début d'activité ?

Nous souhaitons reprendre le fonds d'un hôtel-bureau qui a ouvert il y a trois mois, mais je m'interroge sur les loyers, qui sont exagérés les premières années (autofinancement des murs dès les premières années et pas de loyers évolutifs). Le propriétaire nous demande en effet 22 % à 24 % de notre prévisionnel - l'hôtel est neuf et donc aux normes et va fonctionner. Pouvez-vous m'éclairer sur les ratios et loyers moyens en début d'activité ? Merci pour votre réponse.

ZAZAGO

Régis Morin : Il n'y a pas de ratio de début d'activité, le seul chiffre significatif est le suivant : à N + 3, le loyer ne doit pas dépasser 10 à 12 % du CA hors taxes, toutes prestations comprises. Au-delà, votre fonds de commerce sera très difficile à revendre. Mais si vous ne payez pas de droit d'entrée ou un montant faible, un loyer plus élevé peut se justifier, ce peut être une forme de crédit vendeur, à condition qu'au bout de neuf ans, le loyer devienne raisonnable. Mais, tout doit être écrit.

Zazago : Effectivement, le droit d'entrée n'est pas excessif. D'ici sept à neuf ans, et selon notre

prévisionnel de chiffre d'affaires, le loyer se situera entre 14 et 16 %. Le négociateur argumente sur le fait que l'hôtel est aux normes et, de fait, le loyer est plus important que la moyenne des hôtels qui ne sont pas neufs et nécessitent des travaux de remise aux normes de sécurité et d'accessibilité. L'argument est-il justifié ?

Régis Morin : Non, tous les hôtels qui ne se seront pas mis aux normes avant 2015 n'existeront plus. Il vaut mieux dépenser 200 000 € de plus pour mettre un hôtel aux normes que d'avoir un loyer

trop cher. Méfiez-vous des comptes prévisionnels, ils sont souvent faux, en plus ou en moins, du fait de la crise économique, de la concurrence, etc.

Un prévisionnel sur sept ou neuf ans, c'est beaucoup trop long, trois ans c'est le maximum.

À mon avis, 16 %, c'est beaucoup trop. Mais encore une fois, tout dépend de l'emplacement et de la capacité. Lire la suite de la discussion avec le mot-clé **RTK5198** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Blog des Experts : 'Évaluer un hôtel-bureau à Paris'
Régis Morin

Comment cotiser au Fafih ?

Bonjour,

Je n'ai jamais cotisé au Fafih, parce que je pensais que cela faisait partie de la taxe d'apprentissage (payée, elle !). Que dois-je faire ? Attendre février et payer normalement ou exposer ma situation, sachant que je redoute qu'on me fasse payer des arriérés (cela fait cinq ans que je ne cotise donc pas) ? Merci de votre réponse !

MADELEINE

Bonjour Madeleine,
Voici la réponse du Fafih.
"Bonjour Monsieur,
Suite à la demande que vous avez eue, je peux vous informer que nous percevons toujours les contributions à échéance au 28 février 2011 (calcul basé sur la masse salariale de l'année 2010).
Cependant, étant donné la régularisation tardive, nous ne pouvons plus émettre de reçu libératoire à

l'entreprise, mais seulement un accusé de réception qui peut être utile en cas de contrôle fiscal."
Je pense donc que vous pouvez régulariser votre situation dès maintenant. Lire la suite de la discussion avec le mot-clé **RTK0200** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Blog des Experts : 'Implanter et gérer votre restaurant'
Jean-Gabriel du Jaiflin



LA PROTECTION SOCIALE GLOBALE DES SALARIÉS
PRÉVOYANCE COMPLÉMENTAIRE – PRÉVOYANCE CONVENTIONNELLE
ACTION SOCIALE – RÉGIME DE FRAIS DE SANTÉ

HÔTELS | CAFÉS | RESTAURANTS

Pour en savoir plus

  **N° Vert 0800 427 000**
DU LUNDI AU VENDREDI DE 8H30 À 18H30

  **N° Vert 0800 427 001**
DU LUNDI AU VENDREDI DE 9H À 18H

www.hcrprevoyance.fr

www.hcrsante.fr



Restauration

Aix-en-Provence (13) Frédéric Roy, accompagné de Jean-François Jeannot, vient de créer Jambon Bulle, un lieu à mi-chemin entre bar à jambon et à tapas, table d'hôte et épicerie fine.

Reconversion au soleil pour le jambon

Jambon Bulle est né d'une rencontre entre **Frédéric Roy**, chef étoilé du Pot d'étain près de Belfort (90), et **Jean-François Jeannot**, créateur de La Guildive à Andelot-Blancheville (52), une maison spécialisée dans la gastronomie ibérique. Cet établissement atypique propose des jambons ibériques d'exception à emporter ou à déguster sur place. Avec passion, Frédéric Roy explique aux clients l'importance de la région, de l'alimentation des animaux, de l'affinage, les spécificités et les subtilités de chaque produit. *"En Espagne c'est une culture, pas encore dans l'Hexagone, mais les Français s'y intéressent, car ils apprécient la charcuterie de grande qualité."*

Frédéric Roy prépare aussi des tapas. Une restauration tout en simplicité qui prend avec ce chef une autre dimension. Ainsi, selon la saison, la brandade de morue va côtoyer le velouté de potiron et des sauces à la



Marie et Frédéric Roy dans leur nouvel univers qui fait la part belle à la gastronomie ibérique.

truffe. Côté épicerie, des conserves de poissons, de légumes et autres (riz à paella, huile d'olive...) comblent les amateurs qui veulent poursuivre le voyage chez eux. Côté cave enfin, Frédéric Roy met en avant des vins

produits en biodynamie et veut pousser les vins effervescents, qui se marient parfaitement avec les arômes complexes du jambon. **HÉLÈNE DOREY**

Jambon Bulle • 30 bis rue Portalis •
13100 Aix-en-Provence • Tél. : 04 42 22 32 08 •
www.jambonbulle.fr

Le large bar permet une dégustation conviviale mais Jambon Bulle dispose aussi de quelques tables.



© MARTIAL THIEBAUT

© MARTIAL THIEBAUT

© MARTIAL THIEBAUT

Quimper (29) Cours de cuisine, bistrot d'étoilés, bar à tapas... L'établissement veut être un lieu de liberté mis à la disposition de professionnels finistériens de renom.

Les Quimpérois ont un Goût de luxe



Xavier Hamon (à gauche) a déjà réservé le Goût de luxe de **Franck Gloanec** (à droite) les vendredis soirs.

Christophe Despinasse...

“Chaque personne proposera sa formule, son prix.”

Les mercredis sont par exemple dédiés à des cours d'œnologie avec dégustation pour 8 personnes. Les jeudis sont réservés aux cours de cuisine - de 50 à 100 € - où viendront se positionner les chefs réputés. Les vendredis soirs sont d'ores et déjà réservés à Xavier Hamon qui transforme le lieu en bar à tapas de 18 heures à 1 heure du matin. *“Je prépare aux halles, je fais les cuissons et l'envoi ici.”*

L'ENDROIT IDÉAL

Goût de luxe est l'endroit idéal pour toucher au plus près les Quimpérois, pour se diversifier, pour privatizer... Olivier Bellin n'est pas insensible à ce projet. *“Des Quimpérois me demandent souvent de venir cuisiner [dans leur ville]. Ce serait l'occasion. Mais donner un cours ou un repas classique ne m'intéresse pas. Aujourd'hui il faut dépasser ces formules. Il faut de l'originalité, faire bouger les lignes... C'est l'endroit idéal pour faire du décalé. Un 'one shot' qui donne du rêve.”* À suivre... **OLIVIER MARIE**

Nous sommes sur les hauteurs de Quimper, à deux pas du centre, dans un lieu qui a toujours été un débit de boissons populaire. Et du fait de sa configuration, tous les Quimpérois le connaissent sous le nom de P'tit Cercueil”, confie **Franck Gloanec**, propriétaire du lieu. Planté à la pointe de deux rues qui se croisent, désormais baptisé Goût de luxe, l'établissement tout en longueur peut accueillir une quarantaine de personnes. Franck Gloanec, propriétaire avec Jo depuis six ans du bar à vins Le Petit Zinc, imagine l'endroit comme un espace de liberté pour épicuriens que “plusieurs amis pourront s'approprier”. Les amis en question se nomment **Xavier Hamon**, le propriétaire du Comptoir à Tapas, **Olivier Bellin**, chef de L'Auberge des Glazicks, à Plomodiern (29), **Lionel Hénaff** de La Roseraie de Bel Air, le pâtissier **Dominique Cornec**, **Guy Guillou**, de La Taupinière, **Jean-**

Goût de Luxe • 1 rue Olivier Perrin • 29000 Quimper • www.goutdeluxe.net

INVESTIR DANS LA
FORMATION DE VOS
SALARIÉS, **C'EST
ACCÉLÉRER LA
PERFORMANCE DE
VOTRE ENTREPRISE**

350
formations

éligibles au DIF

+ de **90** formations
réglementaires

www.laformationcontinue.pro

L'AFPA, PARTENAIRE
FORMATION DES
ENTREPRISES PROPOSE
DES FORMATIONS
AUX MÉTIERS DE
L'HÔTELLERIE ET DE LA
RESTAURATION

- > **186 campus de formation** répartis sur toute la France
- > **Plus de 1000 entreprises clientes**
- > **4000 personnes formées** chaque année
- > **5000 formateurs**

N° indigo **0826 46 14 14**

0,15 € TTC / MN



Certains formations sont financées par l'Union Européenne. Elles se financent en France avec le Fonds Social Européen



afpa
La formation professionnelle

Le Port-Marly (78) Après avoir repris cette table en 2009, le chef Cyril Serrat a su donner l'impulsion nécessaire pour la relancer. elle est située à quelques kilomètres de Paris, à Port-Marly, l'ancienne étape des convoyeurs de pierres destinées à la construction du château de Versailles.

Le Relais breton : cuisine subtile pour cadre bucolique



Cyril Serrat, un chef attentif à la qualité de sa cuisine et de son service.

Posté le long de la Seine, dans une rue paisible, le Relais breton bénéficie d'un emplacement agréable et très vert. *"Cet établissement ne demandait qu'à être relevé, explique Cyril Serrat. C'était un défi intéressant. Même si j'ai su redresser cette table, il est difficile de changer la réputation."*

Pour ce professionnel de la gastronomie, ancien élève de **Bernard Loiseau** et **Joël Robuchon**, le service doit être en cohésion avec la cuisine proposée. *"Je ne sers pas les gens au lance-pierre, explique le chef. Le service prend donc du temps, mais, surtout, cela exige de trouver de véritables professionnels des métiers de salle, or, c'est là que le bât blesse, poursuit-il. Depuis deux ans, je*

pourrais écrire un ouvrage sur les anecdotes concernant le personnel. Certains ont le savoir-faire, mais la motivation n'est pas là."

Cyril Serrat s'astreint à proposer des produits sélectionnés avec une grande rigueur. Les poissons sont achetés directement auprès de la criée de Saint-Malo. *"La restauration est une affaire de cohésion ; la qualité du service doit être équivalente à celle de la cuisine, or la formation pour les métiers de salle fait cruellement défaut. Par conséquent, je suis obligé d'expliquer à mes salariés comment travailler. Cependant, il conviendrait de mieux former les jeunes aux métiers d'accueil et de services."*

UNE SOIF DE COMMUNICATION

Après avoir effectué une rénovation onéreuse, Cyril Serrat a rouvert les portes du Relais breton en décembre 2009. Malgré un taux de satisfaction élevé chez une clientèle exigeante, Le Relais breton n'apparaît dans aucun guide. *"Je ne suis pas dans Paris et il n'est pas évident de trouver le restaurant quand on ne connaît pas le coin, c'est l'une des raisons d'un certain manque de lisibilité en termes de communication, admet le chef. De plus, je ne dispose pas du temps nécessaire pour m'en occuper."* Et de poursuivre : *"Quand il s'agit de redresser un restaurant dont la réputation a été ternie, communiquer autour du changement de propriétaire et du type de cuisine est une véritable nécessité."* Lieu chargé d'histoire que l'imposante cheminée du XIV^e siècle rappelle au client, Le Relais breton propose une cuisine recherchée, de saison, à des tarifs abordables. Ainsi deux menus sont présentés aux clients, l'un à 37 € et l'autre à 45 €. ■

A. J. A.

Le Relais breton • 27 rue de Paris • 78560 Le Port-Marly
• Tél. : 01 39 58 64 33 • www.lerelaisbreton.fr



Retrouvez la recette du chef :
Foie gras de canard du Sud-Ouest mi-cuit, gelée de pomme verte et manzana, caramel au vinaigre de pomme. en tapant le mot-clé **RTR117559** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Cet Alsacien n'aime pas la routine. Il a la bougeotte et il est servi. Aujourd'hui chef exécutif au sein du groupe Folie Douce, il travaille d'arrache-pied avec comme mission de trouver du personnel pour le groupe dans le monde entier.

Franck Mischler le voltigeur



Franck Mischler court la France et l'Europe pour le groupe Folie Douce.

En 2007, quand le choix s'est imposé entre la reprise du Cheval blanc de Lembach (deux étoiles *Michelin* à l'époque et dans la famille depuis des générations) et un départ, **Franck Mischler** est parti. Au Mexique d'abord, puis il est devenu consultant en Russie, au Brésil, au Sénégal, en Chine, en Croatie... Et c'est là que **Luc Reversade**, patron du groupe Folie Douce (au sein de la Financière Lov), le retrouve et lui offre un rôle essentiel au sein du groupe et de la holding. *« Depuis un an, je participe à chaque lancement ou adaptation d'établissement, de l'étoilé [comme les Airelles à Courchevel, avec Pierre Gagnaire, NDLR] à la sandwicherie, toujours avec des produits frais. Je rencontre les équipes, nous élaborons les cartes, je remplace l'un ou l'autre chef au besoin. »*

FORMATION ET RECRUTEMENT

De Courchevel à Bruxelles, de Saint-Tropez à la Crète, le voilà qui court la France et l'Europe. Et le groupe projette des déclinaisons et délocalisations temporaires de la Folie Douce dans le monde entier. Pour l'instant, il existe deux enseignes à Val d'Isère et Val Thorens, avec des capacités de 2 000 couverts. Maître cuisinier depuis 2008, ce trentenaire n'oublie pas la formation, la sienne et celle des autres. Actuellement, il recrute aussi pour toute la holding et dans tous les métiers. Il cherche des personnes qui, comme lui, aiment la rigueur, le travail bien fait, la découverte aussi, hors des sentiers battus. ■

FLORA-LYSE MBELLA

Franck Mischler • 43 rue du chemin du Nant d'Oy • Angon • 74290 Talloires

ENTREZ DANS L'UNIVERS DES ÉTOILES

25^{ème} SALON PROFESSIONNEL
Agecotel
L'Étoile de la Méditerranée



Création : Nicexpo - www.nicexpo.org

22/25
JANVIER 2012

LES CONCOURS

Léa LINSTER
Présidente d'Honneur
du Concours
« La Main d'Or
au Féminin »

Yves THURIÉS
Président d'Honneur
du Concours
« Les Délices
de la Méditerranée »

Stéphane RAIMBAULT
Président d'Honneur
du Concours
« Risottomania »

Jacques et Laurent POURCEL
PARRAINS D'AGECOTEL 2012
Présidents d'Honneur des Concours
« Le Neptune d'Or »
« La Coupe du Monde des Écaillers »



PROFESSIONNELS, TÉLÉCHARGEZ
VOTRE BADGE D'ACCÈS GRATUIT SUR :
<http://agecotel.webstore.fr>
(code invitation : HRM12)



nicexpo PALAIS DES EXPOSITIONS **NICE**
www.agecotel.com

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Paris (II^e) Imaginé par le réalisateur David Lynch, le club le plus couru depuis la rentrée propose chaque samedi soir des soirées gastronomiques.

Le Silencio fait mixer les chefs

Le Silencio est enseveli sous le pavé parisien du II^e arrondissement où les esprits, pourtant, volent très haut. Certains respireront l'encre du *Jaccuse* d'**Émile Zola**, imprimé en ces lieux, au 142 rue Montmartre, dans les sous-sols du Social Club et jadis siège du journal L'Aurore. Le club a été imaginé par le cinéaste américain **David Lynch**, de l'architecture d'intérieure au mobilier. Cénacle d'artistes qui revendique l'héritage des salons et des cercles littéraires du XVII^e siècle, porte le nom du bar imaginaire dans lequel se rendait **Naomi Watts** dans le chef d'œuvre du réalisateur, *Mulholland Drive*. Pour participer aux événements privés avant minuit, il faut être membre et acquitter un droit d'entrée annuel de 780 € (ou 65 € par mois). Les candidats au sésame devront plutôt avoir un profil d'artiste, d'écrivain ou d'architecte plutôt que de trader ou de ténor du barreau : "À ce titre, les chefs de cuisine ont toute leur place au Silencio et nous espérons en compter parmi nous", explique **Coralie Gauthier**, chargée des relations avec la presse. Après un an de travaux et 3 millions d'euros d'investissements, le Silencio a pris son rythme de croisière le 6 octobre dernier. Concerts privés, projections de films, les rencontres se multiplient au quotidien mais le samedi est réservé aux soirées gastronomiques. Le 15 octobre dernier, **Eiichi Edakuni**, chef de Guilo Guilo, accompagné de son compatriote **Hiroki Yoshitake** du restaurant Sola, ancien disciple de **Pascal Barbot** à l'Astrance et de **William Ledeuil** à Ze Kitchen Galerie, ont essuyé les plâtres. "Nous proposons aussi une carte 'finger food' jusqu'à 6 heures du matin. Nous en avons confié la conception pour un an à Hiroki Yoshitake", explique Coralie Gauthier. Ainsi les membres et les clubbeurs peuvent déguster jusqu'à l'aube du foie gras au saikyo miso, du poulet enrobé de nori (algues japonaises), de la crème glacé de yuzu en sirotant des grands crus servis au verre à partir de 10 €.

SOIRÉES À THÈME

En novembre, les soirées gastronomiques se sont inspirées du Mois de la photographie qui mettait en valeur cette année l'Afrique. "Nous voulons faire



© ALEXANDRE GUIRKINGER/SILENCIO

Le club Silencio a été décoré par **David Lynch**.

*découvrir de nouveaux talents mais à la condition que les chefs jouent le jeu du club, de l'ambiance. En novembre, nous avons mis en avant la cuisine africaine. Nos soirées peuvent aussi valoriser les boissons. David Lynch est un inconditionnel du cappuccino. Alors, pendant la Fiac, le réalisateur de Blue Velvet a invité le champion du monde de barista, **Troels Poulsen**. Il a aussi proposé une sélection de vins de Bordeaux du Château Lynch Bages", conclut avec enthousiasme Coralie Gauthier. ■ FRANÇOIS PONT*

Silencio • 142 rue Montmartre • 75002 Paris • Tél. : 01 40 13 12 32
• <http://silencio-club.com>



© ALEXANDRE GUIRKINGER/SILENCIO

Le bar du Silencio propose des grands crus servis au verre à partir de 10 €.

Lannilis (29) Gaëlle et Grégory Gérard ont un savoir-faire pour proposer à leurs clients un étonnant mélange de saveurs.

La cuisine bretonne des Oliviers : on dirait le Sud



Gaëlle et Grégory Gérard sur la terrasse du restaurant Les Oliviers.

Petit-fils d'une grand-mère restauratrice en Bourgogne, **Grégory Gérard** partageait la passion de cette dernière pour la bonne chère. Il a fait sa formation à l'école hôtelière de Montpellier (34). Mais c'est au Château de Montvillargenne, demeure historique au cœur de la forêt de Chantilly (60), où il était chef pâtissier, que Grégory a rencontré sa future épouse **Gaëlle**, originaire de Saint-Pol-de-Léon (29), qui a elle-même travaillé dans de nombreux établissements parisiens.

ÉPICES ET LÉGUMES ANCIENS

Dans la salle au décor cosy de leur restaurant Les Oliviers, que vient compléter une terrasse chauffée bordée d'oliviers et de palmiers, le chef marie les saveurs du Sud aux produits de l'Ouest : *"J'adore travailler les épices, les légumes anciens et rechercher les différentes saveurs."* La carte et les menus varient suivant les saisons, avec uniquement des produits frais, pour une cuisine simple et généreuse.

Ses suggestions du moment ? Le Pressé de foie gras de canard aux héliantis confits, les Ravioles de homard bleu, la Levée de barbet à l'huile d'olive ou le Magret de canard à l'hydromel et cidre. Côté desserts, le Sabayon de clémentines marinées à la verveine et le Sablé de Plougastel aux saveurs automnales.

Pour les vins, Gaëlle Gérard est la spécialiste ; elle choisit les vins coups de cœur du moment. *"Notre but, c'est de recevoir nos clients en toute simplicité et de partager notre plaisir"*, souligne-t-elle. Les menus du jour vont de 12 € à 16 € le midi et le soir de 20,90 € à 48,90 €. ■

JEAN-YVES TOURNELLEC

Les Oliviers • 6 rue Carellou • 29870 Lannilis • Tél. : 02 98 04 19 94 • <http://lesoliviers-restaurant.over-blog.com>



Simplicité et maîtrise des coûts portion, c'est le moment de passer au foie gras surgelé



Mini Escalope
25/40 G



Escalope Classique
40/60 G



Foie Gras de Canard Cru
Eveiné
500 G



www.rougie.com

Strasbourg (67) Christophe et Angèle Ischia ont fait de cette ancienne winstub une adresse cossue et tendance.

Bistronomie du marché à la Table de Christophe

Is la voulaient tellement qu'ils ont attendu patiemment. Cette adresse juste derrière la cathédrale, au cœur du vieux Strasbourg, leur a échappé de peu en 2002. Finalement, ils ont pu racheter le fonds en 2004. Depuis, la simplicité et le raffinement dominant la Table de Christophe avec **Angèle Ischia** en salle pour s'occuper des 28 convives qui peuvent y prendre place. La cuisine de **Christophe Ischia** oscille entre le marché, le bistro et le gastronomique et se caractérise par un immense respect pour le produit et un goût prononcé pour les produits de la mer et la pâtisserie. "Lors de notre installation, nous partions de zéro et notre restaurant n'avait pas d'histoire, donc pas de vraie clientèle. La variété, sans pour autant se disperser, était primordiale", commente le couple. Pas de menu dans ce restaurant ("on

y réfléchit") mais une carte qui change avec les saisons et des suggestions sur l'ardoise différentes à chaque service, au gré du marché, le tout à des prix abordables. Et ça fonctionne, avec une grosse clientèle de notables de la ville, élus ou députés européens, qui apprécient également l'atmosphère cossue et la discrétion de l'adresse. Prudent, le couple réalise petit à petit

les investissements pour l'entretien du restaurant. On lorgne aussi du côté des guides, une deuxième fourchette dans le guide rouge suffirait au bonheur de la table. Pour l'instant.

Flora-Lyse Mbella

La Table de Christophe

- 28 rue des Juifs • 67000 Strasbourg
- Tél. : 03 88 24 63 27
- www.tabledechristophe.com



Angèle et Christophe Ischia derrière le bar de la Table de Christophe.



Retrouvez la recette du **Dos de lieu jaune piqué aux aiguilles de romarin, risotto de riz noir vénéré**

au parmesan reggiano et dés de lomo, picantos del piquillos avec le mot-clé **RTR915608** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Lyon (II^e) Après avoir fait ses armes auprès des étoilés de la région, le jeune chef ouvre sa première affaire, "un aboutissement".

Grégoire Baratier reprend Le Jean Moulin

À 26 ans, **Grégoire Baratier** a enfin réalisé son rêve : avoir son propre restaurant. Le jeune chef vient de racheter Le Jean Moulin, un établissement très ancien situé sur les quais du Rhône. Il a investi 220 000 € et lancé d'importants travaux pour apporter un esprit plus contemporain au lieu. "Ouvrir mon restaurant, c'est pour moi un aboutissement. Cela a toujours été mon objectif", avoue ce jeune homme pressé. Malgré une carrière relativement courte, Grégoire Baratier affiche un C.V. où ne figurent que des



Le Jean Moulin est la première affaire de **Grégoire Baratier**.

maisons étoilées. "Un choix délibéré pour progresser plus rapidement", explique-t-il. Après un apprentissage chez **Paul Bocuse** et **Mathieu Viannay** à Lyon (69), il s'est formé auprès d'**Anne-Sophie Pic** à Valence (26), puis aux Flocons de sel à Megève (74) avant de terminer au Neuvième Art à Saint-Just-Saint-Rambert (42). De toutes ses expériences, le jeune chef a tiré le meilleur. Dans son restaurant, il propose les grands classiques de la cuisine française qu'il revisite de façon personnelle. La carte est volontairement

réduite, car il n'est assisté que d'un chef de partie. La cuisine se veut bien sûr de saison avec par exemple le velouté de champignons ou le Parmentier de joue de bœuf (menus à 17,9 € et 21,9 €). Quant à la carte des vins, les crus de la région sont à l'honneur. En plus de son restaurant, le chef s'est lancé un autre défi : rentrer dans le cercle fermé des Toques blanches lyonnaises.

Stéphanie Pioud

Le Jean Moulin • 22 rue Gentil • 69002 Lyon • Tél. : 04 78 37 37 97 • www.lejeanmoulin.fr

François Durand, dernier défenseur du camembert

Camembert (61) Véritable figure locale, l'agriculteur et producteur de camembert François Durand est le dernier à fabriquer artisanalement ce fromage emblématique de la France. Portrait d'un passionné.

Le dernier des Mohicans. C'est ainsi que l'on pourrait surnommer François Durand, tout dernier producteur de camembert de Normandie AOP. Installé en plein cœur du pays d'Auge, dans le petit village de Camembert, il fabrique à l'ancienne le camembert fermier au lait cru moulé à la louche. C'est là, il y a tout juste trente ans, qu'il a appris le métier auprès de l'ancienne propriétaire de la fromagerie La Héronnière. *«Rien n'a changé depuis l'époque de l'inventrice du camembert Marie Harel : la méthode reste identique, seules les normes d'hygiène sont là pour nous rappeler que nous ne sommes plus en 1789.»*

Devenu figure locale, **François Durand** travaille aux côtés de sa femme **Nadia** et de son frère **Nicolas**. Ensemble, ils transforment chaque jour la production de leurs 60 vaches, qui gambadent sur 84 hectares de prairie. Après cinq semaines d'intense travail, les 1 000 litres de lait cru obtenus donneront naissance à 450 fromages moulés à la louche. *«Les clients n'imaginent pas que cela demande autant de travail, confie d'un ton passionné François. Tout est fait à la main, chaque fromage est manipulé 10 à 12 fois.»*

Pour fabriquer un camembert de Normandie, il faut 2,25 litres de lait et 30 à 35 jours d'affinage. *«Le camembert de la Héronnière est une appellation d'origine protégée, c'est-à-dire que sa fabrication suit un cahier des charges très strict garantissant la qualité et la spécificité du produit.»*

LES FABRICATIONS SE SUIVENT SANS SE RESSEMBLER

Comment passe-t-on du lait frais au fromage ? Complexe, le procédé de fabrication est réalisé en vingt-et-un jours. François Durand explique : *«Le lait est tout d'abord réchauffé à 35 °C. Mis en bassine, il est ensuite emprésuré,*

ce qui a pour effet de le cailler. La durée du caillage est d'environ une heure. Une fois caillé, il a la consistance d'une crème très épaisse. Celle-ci est alors coupée, puis répartie à la louche dans les moules à camembert. Une fois remplis, ces derniers sont retournés une fois dans la nuit, puis plaqués, ce qui facilite l'égouttage. Le lendemain matin, le fromage a pris sa forme, il est alors démoulé. [...] Il est ensuite salé. Du troisième au quinzième jour, les camemberts sont placés dans des hâloirs, pièces climatisées à 13 °C, humidifiées, suivies et contrôlées. Au terme de



Le dernier producteur de camembert fermier **François Durand** travaille en famille, ici aux côtés de sa femme **Nadia**.

cette période, le fromage se pare d'une mousse blanche. Les camemberts sont enfin triés selon leur qualité, leur poids et poursuivent leur affinage sur une planche, ou emballés dans des boîtes de bois. Ils sont alors prêts à être expédiés.» François conclut : *«Le camembert est un produit vivant, on apprend de lui un peu tous les jours. Il réagit à chaque fois différemment. Les fabrications se suivent, mais ne se ressemblent donc pas.»* Tout au long de l'année, le couple de la ferme La Héronnière reçoit régulièrement des visiteurs. *«Beaucoup d'étrangers viennent nous voir»,* confie fièrement Nadia Durand. Le camembert reste, aujourd'hui encore, l'emblème indétrônable de la France. **MYLÈNE SACKSICK**

Ferme de La Héronnière • 61120 Camembert • Tél. : 02 33 39 08 08

WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



RETROUVEZ LA LÉGENDE DE MARIE HAREL AVEC LE MOT CLÉ **RTR414674** SUR LE MOTEUR DE RECHERCHE DE WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Produits & équipements

Salles de bains & spas

Le spa fait rêver. D'un côté, les clients y voient une promesse de bien-être, de cocooning, d'évasion, et de l'autre, les hôteliers le conçoivent comme une prestation digne d'un hôtel de luxe.

Le spa modulable : une solution aux contraintes de budget et d'espace

Jusqu'à présent, le spa était synonyme d'un luxe quasi inaccessible : par l'espace qu'il nécessite (entre 300 m² et 1 000 m²), par le design recherché, par la richesse de sa décoration et de ses matériaux, par le choix de ses équipements toujours plus innovants et par la complexité technique de sa mise en place. Si le spa fait rêver beaucoup d'hôteliers, peu parviennent à aller au bout de leurs ambitions. Les difficultés à surmonter sont multiples :

- le montant de l'investissement et l'incertitude de la rentabilité ;
- le manque d'espace à l'intérieur de

leur établissement ;

- le dilemme de choisir entre le spa, la suppression ou la création de chambres ou de salle de séminaire ;
- la difficulté d'aménager des espaces souvent pris sur des zones de stockage, en sous-sol, avec de bas plafonds et sans lumière du jour.

Afin de surmonter les difficultés, une solution innovante est désormais développée. **Caroline Marcoux, 'Marguerite & Spa' et auteur du Blog des Experts 'Check-list pour ouvrir un Spa' sur www.lhotellerie-restauration.fr, est à l'origine du**

concept qui est commercialisé par la société Marguerite & Spa.

L'Hôtellerie Restauration : Vous êtes spécialisée depuis huit ans dans la création de spa hôteliers. Vous avez conçu l'Eco Lodge Spa. De quoi s'agit-il ?

Caroline Marcoux : L'Eco Lodge Spa est un concept de modules bioclimatiques mobiles et connectables, aménagés avec des équipements spa - sauna, hammam, bain balnéo, table de gommage et d'enveloppement, table massante par des pierres de jade chauffées



TORK

La qualité
de votre service
commence ici



Des distributeurs
coordonnés
pour l'harmonie
de vos sanitaires

Tork est une marque du groupe SCA Hygiène Products classée parmi les entreprises les plus éthiques au monde par Ethisphère Institute (2011).

Distributeur
de papier
Toilette
Tork T6

Distributeur
Tork S1
pour savon
liquide

Distributeur
Tork H2 pour
essuie-mains

Poubelle
Tork B1



Toute la gamme **Elevation**  www.tork.fr

➔ par infrarouge (massothérapie), table de massage et d'esthétique...
Ce concept peut être installé sur tout terrain viabilisé, à proximité d'un bâtiment ou au milieu d'un parc.

Qu'entendez-vous par "modules bioclimatiques" ?

Ce sont des modules construits sur un châssis en acier. Les murs sont montés sur une ossature en bois. Les parements intérieurs et extérieurs sont en bois. Afin de répondre aux techniques de l'éco-construction, l'isolation est réalisée en laine de bois et le toit végétal complète les performances de l'isolation phonique et thermique. Le choix a également été fait de privilégier les filières courtes, dans une logique éco-responsable. Ainsi, l'approvisionnement en bois et 80 % des producteurs - menuiseries, isolation, châssis, etc. - sont situés dans un rayon de 20 à 80 km des ateliers, près de Villefranche-sur-Saône.

En quoi réside l'innovation du concept ?

Le concept est modulable et les modules se déclinent sur 3 superficies : 17,5, 23 et 26 m².
L'hôtelier peut choisir



Exemple de disposition et d'aménagement de 3 modules.

un ou plusieurs modules, de superficies identiques ou différentes, qui seront raccordés entre eux, selon une implantation qu'il choisira, soit en L, en U, en S ou en carré.

Le concept est évolutif : il est extrêmement souple et s'adapte à l'évolution de la demande des clients et au développement de l'activité de



L'Eco Lodge Spa, un concept écologique, modulable et évolutif, adapté à tous les projets de spa.

l'hôtelier. Celui-ci peut démarrer son projet avec deux modules puis, un ou deux ans après, ajouter un troisième ou quatrième module et ainsi avoir une gestion affinée de ses investissements. Le concept est personnalisé : l'aménagement intérieur est réalisé sur mesure. L'hôtelier choisit parmi une liste d'équipements en libre accès - sauna, hammam, massothérapie... -

et/ou des équipements nécessitant une esthéticienne ou un masseur - table de massage, table d'enveloppement... -, des équipements à usage collectif - 4 personnes et plus - ou privés,

pour une personne ou un couple. Le concept est livré clés en main : les modules sont créés et aménagés en atelier. Ils sont ensuite transportés par camion plateau, posés et raccordés en 48 heures, sur un terrain plat et viabilisé. La qualité technique est ainsi garantie. L'hôtelier a un interlocuteur unique, de la conception à l'installation, le

dispensant de toutes contraintes logistiques et techniques.

Quels sont les délais de fabrication ?

Les délais sont compris entre trois et six mois, répartis entre le temps d'étude déterminant le nombre de modules, leur implantation et leur agencement... et le temps de fabrication et de livraison.

Comment s'opère la mise en place ? Faut-il un permis de construire ?

Jusqu'à 20 m², il n'est pas nécessaire de déposer un permis de construire. Les modules sont livrés mobiles. Une fois connectés les uns aux autres, de fait, ils perdent leur mobilité. Étant sur des structures auto-portantes, de simples plots en béton suffisent à caler définitivement le spa.

Quel est le prix d'un Eco Lodge Spa ?

Le tarif varie en fonction du nombre de modules et des choix d'équipements. Il démarre à partir de 35 000 € HT pour un module de 17,5 m², tout équipé et installé, hors livraison.

Another view of the bathroom...
Une autre vision de la salle de bains...

AQUAMASS
HOTEL & PROJECTS DEPARTMENT

AQUAMASS sa - 280 av. Kersbeek
1190 Brussels - Belgium
T. 32(0)2 332 07 32 - F. + 32(0)2 332 24 33
www.aquamass.com
info@aquamass.com

Est-ce qu'un Eco Lodge Spa peut être rentable ?

La rentabilité est optimale car elle se réalise en un ou deux ans, en fonction du temps d'ouverture, du recours ou non à un employé, et du taux d'occupation de l'espace. Outre la faisabilité technique et la pré-programmation, la pré-

étude du projet détermine le prévisionnel d'exploitation et la rentabilité de l'investissement d'un Eco Lodge Spa. ■



14 rue Miron • 06000 Nice •
Tél. : 04 93 55 48 39

À Cancale (35) Gaëlle et Jacques Dragonne ont créé le premier AlgoSpa, au cœur de l'Alghôtel, un établissement 3 étoiles membre du réseau Brithotel. Trois espaces sont à disposition de la clientèle : un sauna, une salle pour les massages et soins et un SpaJet Cocoon, sorte de cabine horizontale avec couche vibrante qui a des fonctions d'hydrothérapie, luminothérapie et aromathérapie. **PAR JULIE DURAND**

Un spa clés en main pour hôtels 2 et 3 étoiles



Passés d'enchaînements de soins, pas de planning, l'AlgoSpa se veut un lieu ouvert où l'on se rend quand on veut pour se faire plaisir. C'est tout un concept que le couple **Dragonne** a inventé et qu'il propose désormais aux hôteliers qui voudraient ouvrir un spa. L'AlgoSpa se vend clés en main avec plusieurs espaces modulables à la décoration nordique et des fournisseurs spécialisés. Trois dimensions sont possibles : 50 m², 150 m² avec hammam, ou 300 m² avec piscine. Il nécessite peu de personnel : deux esthéticiennes suffisent pour prodiguer tous les soins au sein de l'Alghôtel de Cancale. ■

dragonnecompagnie@orange.fr
www.algospa.fr



ADA COSMETICS PRODUIT LA GAMME DE COSMÉTIQUE HÔTELIÈRE GALIMARD

Fabriquée par ADA Cosmetics International, la nouvelle ligne de cosmétique hôtelière Fleur absolue apporte un vent de fraîcheur et de bonne humeur, aux notes fruitées et florales, en parfaite harmonie avec le

style du parfumeur français Galimard. Les notes parfumées de la maison Galimard investissent aussi la salle de bains hôtelière. La gamme de soins au pH neutre ne contient ni parabène, ni colorant synthétique. Seuls des agents tensio-actifs à la biodégradabilité élevée entrent dans la composition des produits. Et grâce à une excellente tolérance cutanée, cette formulation convient donc parfaitement à un usage quotidien. Fleur absolue existe en flacons de 35 ml (gel douche, shampooing, après-shampooing et lotion corporelle). Un savon de 20 g, un shampooing corps et cheveux et un savon liquide conditionnés en cartouches press + wash de 300 ml aussi économiques qu'écologiques viennent compléter la gamme.

www.ada-cosmetics.com



Pour que vos clients se sentent chez eux, grâce au leader mondial des soins corporels



Nous vous présentons notre nouveau distributeur de soins corporels personnalisable et ses produits de marque Dove et Lux.

Accueillez vos clients avec des distributeurs stylisés, économiques et respectueux de l'environnement.



Leur design totalement personnalisable vous donne l'opportunité d'assortir parfaitement les distributeurs au décor de vos salles de bains. Pour plus d'informations, visitez notre site www.softcaresensations.com Renseignements au 01 45 14 76 76



* pour un avenir plus propre, plus sain
11833 10/2011 fr-FR



NYMPHEA SPA D'ADN-INFORMATIQUE, UNE GESTION 100 % MAÎTRISÉE

Le logiciel Nymphae intègre les fonctionnalités permettant la gestion complète d'un spa : réservation, gestion commerciale et marketing, boutique, stock, comptes rendus, envoi de SMS et e-mails... Sans oublier un planning garantissant

l'optimisation des ressources selon la disponibilité du personnel, des cabines et des équipements. Nymphae s'adapte à tout type de structure, qu'il s'agisse d'un spa hôtelier, d'un centre de balnéothérapie avec contrôle

d'accès, d'un centre de thalassothérapie ou d'un centre thermal grâce à un paramétrage personnalisé. Son ergonomie apporte un confort d'utilisation et une prise en main rapide. Nymphae est interfacé à de nombreux logiciels hôteliers, dont Homing, PMS édité par ADN-informatique.

Tél : 04 79 72 96 26
nymphae@adn-informatique.com
www.adn-informatique.com



BLACK & WHITE, DESIGN SANS FRONTIÈRES POUR AQUAMASS

La nouvelle gamme Black & White revisite les baignoires Senses et Evolution de la gamme Wellness, qui s'intègrent, en 2012, dans la gamme Design. Ces nouvelles

versions, tout en noir et blanc, tranchent avec les autres créations de la maison, aux couleurs dragées ou bonbons acidulés. Elles s'inspirent de l'art déco avec une touche de modernisme aux lignes verticales et géométriques privilégiant les formes arrondies... Les baignoires sont prêtes à poser. Aquamass crée des baignoires objets, des baignoires sculptures, qui incarnent de vraies œuvres d'art pour la salle de bains. **www.aquamass.com**



SOTHYS PREND SOIN DES PASSAGERS DE L'AUSTRAL

Sothys, partenaire privilégié des instituts de beauté et spas depuis soixante ans, prend le large avec *L'Austral*, 5^e navire battant pavillon français de la Compagnie du Ponant. Ce véritable palace flottant dispose à son bord de 132 cabines stylées, 2 restaurants, des salons, une bibliothèque, un théâtre... et un spa, suspendu entre mer et ciel. *L'Austral* s'est associé à la marque Sothys pour imaginer un spa intime et proposer une sélection de soins experts pour le visage et le corps, qui placent le passager au cœur des protocoles de soin de cette marque. Une parenthèse de bien-être en pleine mer.

www.sothys.com

kifaikoi.com

Salles de bains & spas

Laboratoire BLC Thalgo Cosmetic SA : www.thalgo.com • Clair Azur : www.clairazur.com • Cinq Mondes : www.cinqmondes.com • Rossignol : www.rossignol.fr • Aquamass : www.aquamass.com • Coach Omnium & Spa : www.coachomnium-spa.com

À Gap, l'hôtellerie-restauration - indépendante et familiale - vit une étape charnière de son développement, selon Jérôme Jarniac, directeur de Century 21 Entreprise et Commerce CAST. Plus que jamais, les professionnels du secteur doivent se moderniser s'ils veulent bien vendre leur affaire.



PROPOS RECUEILLIS PAR TIPHAINE BEAUSSERON

À Gap, sursaut de dynamisme sur le marché des ventes d'hôtels et hôtels-restaurant

L'Hôtellerie Restauration : Quel est le cœur de cible de votre agence ?

Jérôme Jarniac : Basé à Eygliers jusqu'en 2008, notre siège social a déménagé au centre de Gap pour profiter d'une position plus accessible. Mais notre cœur de cible demeure identique, à savoir : les fonds de commerce CHR, tabac, presse, loto, situés dans les principales villes des Hautes-Alpes et des Alpes-de-Hautes-Provence.

Comment le marché des ventes de fonds de commerce a-t-il évolué au cours des deux dernières années ?

Avec la crise, le profil des acquéreurs s'est professionnalisé. Avant 2008, on voyait de nombreux primo-acquédants, désireux de changer de vie, s'intéresser au secteur des CHR. Aujourd'hui ce profil d'acheteurs a quasiment disparu et la très grande majorité de nos clients-acquéreurs sont des professionnels du secteur. Par ailleurs, nous avons constaté que les transactions d'hôtels-bureau et hôtels-restaurants se faisaient plus nombreuses.

Comment expliquez-vous ce phénomène ?

Il est devenu plus difficile pour les promoteurs immobiliers d'acheter des établissements hôteliers pour les transformer en immeubles d'habitation. Parallèlement, de nombreux hôtels-bureau et hôtels-restaurants sont des entreprises familiales qui n'ont pas réussi à séduire la dernière génération de la famille. Leurs propriétaires décident donc de s'en séparer.

Dans ce cas, les ventes se font-elles le plus souvent murs et fonds ou fonds seuls ?

Quand il y a des travaux de rénovation complète à réaliser, soit pour que l'établissement respecte les normes - incendie, sécurité, classement, accessibilité... - , soit pour qu'il se mette au goût du jour, la vente s'effectue le plus souvent murs et fonds, le fonds étant évalué au minimum de sa valeur de marché. En revanche, quand l'hôtelier a régulièrement investi dans des équipements nouveaux, que ces investissements ne sont pas encore amortis, il vend en général le fonds seul. En moyenne, un fonds d'hôtel-bureau se vend 4 fois le Perf*, et un hôtel-restaurant en moyenne 80 % du CA HT, avec un coefficient de 3 à 3,5 fois le Perf.

Quelle est la tendance du marché du côté des restaurants ?

Les restaurants du midi qui visent une clientèle de bureaux se développent. Alors qu'avant on sortait au restaurant, aujourd'hui on déjeune au restaurant dans le cadre professionnel. Par ailleurs, les clients sont attirés par les restaurants

à concept. Un restaurant traditionnel de taille moyenne (50 couverts, un menu aux alentours de 14 €), se vend en moyenne 70 % du CA et 2,5 fois le Perf. En revanche, les restaurants gastronomiques sont des produits difficiles à céder car très attachés à la personnalité du chef de cuisine.

** Perf : Potentialité de l'entreprise et de rentabilité financière. La méthode Century 21 Entreprise et Commerce pour valoriser un fonds : prix tiré de la moyenne du prix estimé selon la méthode de la rentabilité financière (Perf) et du prix estimé selon la méthode du chiffre d'affaires (CA), corrigé par des éléments de pondération liés aux composantes du local (emplacement, surface, respect des normes...), et affiné grâce à une analyse comparative du marché local (à partir des transactions signées et des mandats en cours).*

Century 21 Entreprise et Commerce CAST •
2 bd Pierre et Marie Curie • 05000 GAP •
Tél. : 04 92 45 39 18

PRIX MOYEN DES VENTES DE FONDS CHR RÉALISÉES PAR CENTURY 21 ENTREPRISE ET COMMERCE CAST EN 2010-2011

- Restaurant traditionnel = 70 % du CA, 2,5 fois le Perf ;
- restaurant brasserie = 100 % de la limonade, 70-75 % du CA restauration, 3,5 fois le Perf ;
- pizzeria-crêperie centre-ville hors station de ski = 80 % du CA, 2,5 fois le Perf ;
- hôtel = 4 fois le Perf ;
- hôtel-Restaurant = 80 % du CA, 3 à 3,5 fois le Perf ;
- débits de boissons avec CA supérieur à 150 000 € = 100 % CA, 3,5 fois le Perf.

WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



Retrouvez les prix du marché des autres secteurs géographiques avec le mot clé **RTK8204** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Vous avez le projet de reprendre ou d'exploiter un hôtel et vous vous intéressez à la ville de Gap (05) et sa région ? Jean-Yves Proust, directeur du cabinet Headlight Consulting, fait le point sur l'état actuel du parc hôtelier gapençais.

Propos recueillis par Tiphaine Beausseron



Gap, ville d'étape au potentiel de ville de destination

L'Hôtellerie Restauration : Quelles sont les caractéristiques du parc hôtelier du bassin touristique gapençais-val de Durance ?

Jean-Yves Proust : Le bassin touristique gapençais-val de Durance intègre les cantons de Barcelonnette, Gap, La Bâthie-Neuve et Tallard. Son parc hôtelier compte 22 établissements cumulant 765 chambres et se distingue par la présence de quelques établissements familiaux de faible capacité mais surtout par l'absence d'un établissement haut de gamme. Le parc hôtelier de la ville de Gap se porte correctement et offre un rapport qualité-prix satisfaisant. Hormis l'absence d'un établissement haut de gamme, l'ensemble des segments de clientèle sont couverts, avec une prédominance de l'hôtellerie milieu de gamme correspondant à l'ancien classement 2 étoiles. Néanmoins, ce parc n'est pas à l'image de celui des Hautes-Alpes, qui accueille une clientèle familiale plutôt aisée ainsi que des retraités recherchant un certain niveau de confort et de services. La ville de Gap est davantage tournée vers une clientèle à dominante affaires présente en semaine. Le parc a peu évolué depuis dix ans avec une disparition des petits hôtels qui n'a pas été compensée par des reconstructions majeures. Parallèlement, le parc ne s'est pas beaucoup rénové malgré les efforts de certains hôteliers pour augmenter le niveau de service et de confort.

Quelle est la saisonnalité de la demande ?

L'hôtellerie du bassin gapençais-val de Durance présente une saisonna-



© PHOTO

Là où le parc hôtelier des Hautes-Alpes séduit une clientèle familiale aisée et des retraités, celui de la ville de Gap attire d'abord une clientèle d'affaires.

lité beaucoup plus marquée l'été que l'hiver, avec un taux d'occupation moyen de 59 % contre 39 %. À partir du mois de mai et jusqu'au mois d'août, la progression est constante et les taux d'occupation ne descendent jamais en dessous de 45 %. Les mois de juillet et août sont les mois les plus fastes en termes de fréquentation. De décembre à mars, l'hôtellerie est marquée par de fortes variations de fréquentation avec le meilleur score pour le mois de février, à 45 %. La durée moyenne de séjour des touristes de passage est relativement faible et dépasse rarement une nuitée.

Comment se comportent les différents segments hôteliers ?

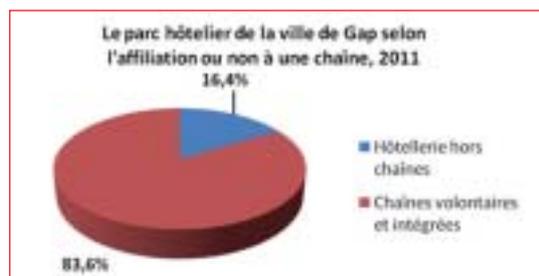
L'analyse des taux d'occupation selon les différents segments hôteliers montre que, sur l'année 2010, c'est l'hôtellerie milieu de gamme - avec un taux d'occupation de 56 % en 2 étoiles - et super économique - avec

un TO de 54 % en 0 étoile - qui est la plus dynamique. L'hôtellerie de chaîne volontaire et intégrée affiche également de meilleurs taux d'occupation que les hôteliers indépendants, notamment sur le mois d'août avec plus de 16 points de différence.

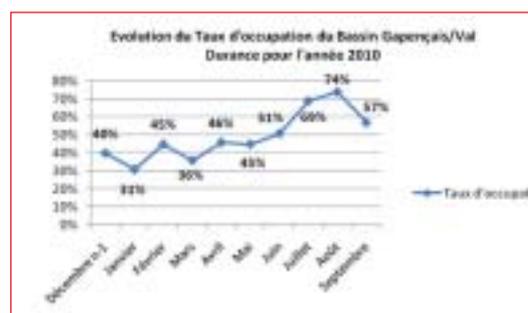
Quel a été l'impact de la crise économique sur l'activité hôtelière ?

Nous relevons une légère baisse de la fréquentation (- 4 points) dans les hôtels du bassin touristique gapençais-val de Durance entre 2009 et 2010, mais cette tendance ne se vérifie pas sur Gap, puisque la majorité des hôtels de la ville ont enregistré une activité similaire voire en progression pour certains, notamment au cours du mois d'août (avec près de 2 points d'augmentation). De même, la saison estivale 2011 apparaît satisfaisante pour l'hôtellerie gapençaise, au regard de 2010, avec une augmentation de 7 points sur le mois de juillet - et plus de 79 % de taux d'occu-

GAP EN CHIFFRES



Gap se caractérise comme une ville étape, une plaque tournante où l'on se rend pour les services et commerces, mais également pour visiter et découvrir son patrimoine avant de partir vers l'est dans les stations des alentours ou simplement faire étape avant de descendre dans le Sud.



pation - et de 0,5 point en août - pour un TO de 76 % - par rapport à 2010.

Dans quelle mesure les nouvelles normes de classement peuvent-elles faire évoluer le paysage hôtelier gapençais ?

Une vingtaine d'établissements sont déjà classés. Les hôteliers sont partagés entre la volonté de monter en gamme avec la réalisation de travaux et celle de rester dans la même catégorie. Le parc va donc subir une légère mutation, en tout cas au niveau du classement affiché. ■

Headlight Consulting • 11 rue de Courtalin
Bât A • 77700 Magny-Le-Hongre
• Tél. : 01 60 42 71 71 • www.headlight.fr

Retrouvez les prix du marché des autres secteurs géographiques avec le mot clé **RTK8204** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

ZOOM SUR LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE



La clientèle étrangère, surtout présente l'été, est plutôt en hausse (et représente 10 à 19 % de la clientèle hôtelière) avec un pic de fréquentation en juillet. Cette progression correspond aux flux de touristes qui font étape à Gap avant de se diriger vers les stations ou de descendre en villégiature dans le sud de la France.

Des projets de développement touristique qui vont influencer sur la demande hôtelière :

- le positionnement de Gap comme une destination familiale avec le développement de parcours et sentiers adaptés aux enfants, des fermes pédagogiques, des parcours de randonnées à vélo ou pédestres faciles, des animations... ;
- la mise en valeur de l'offre patrimoniale de Gap, ville médiévale avec une ambiance provençale, disposant d'un bon niveau de restauration ;
- la volonté de présenter Gap comme une ville de montagne avec la nature et les sports à proximité (parachutisme et sauts...) ;
- la prospection par l'office de tourisme de séminaires en partenariat avec le comité départemental du tourisme.

Vendre une affaire exploitée en société : réduire l'impôt sur les plus-values

PAR RÉGIS MORIN, ÉTUDE PEDRON-MORIN

Monsieur Dupont veut vendre son hôtel Lambda. Monsieur Dupont est propriétaire directement de 100 % des actions de la SAS de l'hôtel Lambda. Deux solutions s'offrent à monsieur Dupont (1).

VENTE AVEC IMPÔT SUR LES PLUS-VALUES

Vente par un individu

Lorsque l'on vend des parts ou actions de sociétés (quelle que soit leur forme), la plus-value est la suivante : 19 % depuis le 1^{er} janvier 2011, majorée de 13,50 % (CSG-RDS), soit 32,50 %, calculée sur la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des dites actions ou parts.

On rappelle qu'il n'y a pas d'abattement lié à la durée de détention pour les calculs de plus-value, contrairement aux plus-values immobilières. Il n'existe aucun abattement en fonction de la durée de détention des titres. Cependant, une loi de 2005 permet de l'atténuer : après 5 ans de détention des titres, la plus-value doit être réduite d'un tiers par année pendant 3 ans, donc au bout de 8 ans, il n'y a plus de plus-value, seulement la CSG-RDS, soit 13,50 %, et cela à partir 2014. Suivant la politique actuelle de réduction des niches fiscales, cette date pourrait être portée à 2017 (un amendement est en discussion à l'Assemblée nationale).

Monsieur Dupont vend les titres de la SAS Dupont, paye l'imposition sur les plus-values (environ 292 500 €), il lui reste environ 707 500 €.

Exemple d'une vente des titres de la SAS

Valeur du bien il y a 30 ans : 100 000 €
 Valeur du bien aujourd'hui : 1 M€
 Le calcul de la plus-value s'évalue ainsi :
 Prix de vente des titres - prix d'achat des titres = plus-value
 Il n'y a pas de correctif d'inflation sur les sociétés qui détiennent les fonds de commerce.
 $1\ 000\ 000\ € - 100\ 000\ € = 900\ 000\ €$
 On multiplie la plus-value par 32,50 % pour obtenir l'imposition
 $900\ 000\ € \times 32,50\ \% = 292\ 500\ €$
 $1\ 000\ 000\ € - 292\ 500\ € = 707\ 500\ €$
 Reste net à monsieur Dupont 707 500 €

(1) Il ne sera pas question ici des affaires valant moins de 300 000 €, théoriquement exonérées de plus-values, ni des vendeurs prenant leur retraite, également exonérés de plus-values mais pas de CSG-RDS.

Vente par une société

Il ne s'agit pas de monsieur Dupont mais de la SARL Dupont qui vend. Si la SARL Dupont vend son fond de commerce, elle sera imposée sur son bénéfice exceptionnel donc soumise à l'impôt sur les sociétés (15 % jusqu'à 38 120 € de bénéfices, 33,33 % au-delà), puis, elle sera imposée une seconde fois si la société est dissoute.

Seule une quote-part de 10 % de la plus-value est imposée à l'IS (donc, impôt d'environ 3,30 % de la plus-value nette).

Là également, ce dispositif est considéré comme une niche fiscale, mais, on peut douter que ce dispositif disparaisse car, d'essence européenne, il existerait un risque que de nombreuses holdings déménagent dans d'autres pays européens (Benelux principalement).

Il est probable que la quote-part de 5 % passe à 10 % et la CSG/RDS passe à 13,50 %.

VENTE SANS IMPÔT SUR LES PLUS-VALUES

Monsieur Dupont veut éviter de payer 292 500 € de plus-value...

Monsieur Dupont, propriétaire de 100 % des actions de la SAS hôtel Lambda va créer une nouvelle société que l'on va appeler SARL Dupont. Il va apporter la SAS hôtel Lambda à la SARL Dupont.

Les apports ne sont pas soumis à un droit d'enregistrement contrairement aux ventes (sauf les SPI - Société à prépondérance immobilière)

Pour reprendre l'exemple précédent, supposons que l'hôtel Lambda vaille 1 M€ et trouve un acquéreur à ce prix-là, monsieur Durand.

La SAS hôtel Lambda sera apporté à la SARL Dupont pour une valeur de 1 M€. Le capital de la SARL Dupont sera donc de 1 M€. Donc la SARL Dupont vendra la SAS hôtel Lambda à monsieur Durand (ou à la société holding de monsieur Durand) à la valeur de 1 M€.

La SARL Dupont ne paiera donc pas de plus-value
 La holding a donc 1 M€ à investir.

Mais, il y a plusieurs réserves : la nouvelle filiale ne doit pas être à prépondérance immobilière, donc ses actifs et revenus mobiliers doivent être supérieurs à ses actifs et revenus



❖ immobiliers. La holding devra réemployer ses fonds dans le commerce ou l'industrie.

Le législateur veut, grâce à un sursis d'imposition des plus-values, que les chefs d'entreprise réinvestissent dans une activité commerciale ou industrielle afin de favoriser les créations d'emploi.

Il faut donc que ces sociétés soient en SAS, EURL ou SARL. Une SARL est souvent suffisante ; de plus, elle est compatible avec le droit européen.

Il faut donc éviter les sociétés civiles pour deux raisons majeures :

- la responsabilité personnelle des actionnaires ;
- une activité pas forcément commerciale, donc non compatible avec l'esprit de la loi.

Toutefois, il semblerait, d'après un récent arrêt du conseil d'État, que l'activité commerciale soit comprise comme une activité soumise à TVA, ce qui permettrait à une SARL d'investir dans des murs commerciaux soumis à TVA. Cela peut paraître étrange car contraire à l'esprit de la loi. Il sera donc beaucoup plus prudent que la future activité mobilière soit nettement supérieure à l'activité immobilière, même soumise à TVA.

Dans quels délais réinvestir ? On ne sait pas. Une certitude toutefois : il faut conserver soigneusement les dossiers des nouvelles affaires que vous visitez. En cas de contrôle, vous pourrez prouver que vous recherchez activement une nouvelle affaire.

Dans la grande majorité des cas, un capital cantonné dans une structure de type holding ne pose aucun problème, la holding pouvant investir dans des activités diverses, même dans l'immobilier mais minoritairement.

- On l'a déjà vu, la SARL Dupont ne doit pas être à prépondérance immobilière ;
- Elle n'est pas dispensée d'imposition des plus-values mais en sursis d'imposition ;
- La SARL ne peut pas être dissoute et son capital ne pourra pas être diminué.

L'objection évidente du vendeur sera que le produit de la vente ne va plus sur les comptes personnels. Et c'est exact. Mais, comme dans n'importe quelle société, cette holding pourra vous fournir un véhicule et/ou un appartement de fonction (avec réintégration des avantages en nature sur vos revenus).

Il faut savoir que, récemment, l'abus de droit fiscal a été renforcé (amendes majorées de 80 %). L'abus de droit fiscal sanctionne les montages uniquement destinés à éluder l'impôt.

Le montage de nouvelles holdings permet certes de ne pas payer de plus-values, mais, comme il y a obligation de réinvestir tout ou partie des fonds dans le commerce ou l'industrie, et, que cela fait fonctionner l'économie et crée des emplois, le montage est pérenne. Par contre, il peut être complexe. Il est donc conseillé de faire établir le montage par un avocat fiscaliste. ■

Blogs des Experts
 'Évaluer un hôtel à Paris' sur
www.lhotellerie-restauration.fr

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

Après avoir étudié et visité l'affaire à laquelle vous vous intéressez et si votre réflexion est mûre, alors il faut vous lancer. Mais attention : ne brûlez pas les étapes et protégez-vous par des actes afin de garantir l'acquisition.

STÉPHANE CORRE, GROUPE MICHEL SIMOND

Reprendre un hôtel : être vigilant lors de la rédaction des actes

En pratique, lors de la vente d'une société ou d'un fonds de commerce, les actes les plus couramment signés entre les parties sont :

- la proposition d'achat ;
- l'accord de vente ;
- le compromis ou la promesse synallagmatique (sous conditions suspensives le plus souvent) ;
- l'acte de vente.

Comment peut-on formaliser une proposition d'achat ?

Nous vous recommandons,

préalablement à la signature d'une éventuelle promesse synallagmatique ou d'un compromis, de formaliser votre offre d'achat par écrit.

Le cabinet d'affaires qui vous accompagne sur votre dossier pourra vous fournir un modèle.

L'offre d'achat permet de fixer 'la chose et le prix' pour reprendre les termes juridiques. Classiquement, une offre d'achat doit comporter les informations suivantes :

- vos coordonnées ;
- le prix en lettres et en chiffres ;

- votre apport personnel ;
- le montant de l'emprunt que vous allez solliciter auprès des banques ;
- les différentes clauses particulières (par exemple le maintien de l'adhésion à une chaîne) ;
- les dates de la reprise.

Dès l'établissement de votre proposition d'achat, commencez par réunir tous les documents dont le rédacteur aura besoin pour préparer les actes.

Qu'est-ce qu'un accord de vente ?

Cet acte concerne uniquement le vendeur qui donne son accord, si votre proposition d'achat n'est pas au prix du mandat de vente, pour vous vendre son affaire aux conditions formalisées sur votre proposition d'achat. L'accord de vente est moins nécessaire quand votre proposition d'achat est au prix du mandat de vente.

Néanmoins, le vendeur peut tout à fait faire une contre-proposition avec un accord de vente à ses conditions.

Quelle différence y a-t-il entre un compromis et une promesse synallagmatique ?

C'est la même chose : avant d'officialiser une vente, il faut signer un avant-contrat intitulé, selon les cas, 'promesse' ou 'compromis'. À Paris, la promesse de vente est l'expression la plus couramment utilisée ; en Province, on parle davantage de compromis.

C'est un document qui détermine toutes les conditions dans lesquelles va s'effectuer la transaction. Il est donc prudent de ne pas signer cet acte à la légère car l'avant-contrat engage les parties dès sa signature.

Les promesses synallagmatiques ou compromis sont le plus souvent des ventes signées sous conditions suspensives (*par exemple : que*



© THINKSTOCK

l'acheteur obtienne un prêt permettant de financer son acquisition).

La signature d'une promesse ou compromis permet de fixer les conditions générales de la reprise telles que :

- le prix de vente ;
- le plan de financement ;
- les dates de la reprise ;
- les conditions de reprise des stocks ;
- les obligations du vendeur (par exemple maintenir l'activité) ;
- les obligations de l'acquéreur (par exemple obtenir le financement)...

Qu'est-ce qu'un acte sous seing privé ?

L'acte sous seing privé est l'acte passé entre deux contractants sans l'intervention d'un notaire. Un accord de vente ou un compromis de vente peuvent être établis sous seing privé.



© THINKSTOCK

Pourquoi est-il recommandé de signer un compromis chez un rédacteur ?

Malgré son caractère relativement courant, un compromis est un acte juridique qui engage les parties signataires. En outre, son contenu doit correspondre à la situation du vendeur, de l'acquéreur et du bien vendu et, à ce titre, doit être adapté.

Dans ces conditions, l'établissement de ce document doit être confié à un professionnel qui s'assurera également de sa mise en œuvre et du respect des différentes obligations des parties dans les délais convenus.

Quels sont les documents à fournir pour la signature d'un compromis ?

Pour la signature d'un compromis l'acquéreur et le vendeur doivent fournir, entre autres, les documents suivants :

L'acquéreur :

- copie de la pièce d'identité, du livret de famille (page mariage) ;
- si contrat de mariage : régime adopté, date du contrat, nom et adresse du notaire ;
- si divorcés : extrait du jugement de divorce, liquidation de la communauté ;
- C.V. du (des) acquéreur(s) ;
- justificatif de l'apport personnel ;
- si tabac, presse, Française des jeux, PMU : lettre(s) manuscrite(s) de demande d'agrément.

Le vendeur :

- copie pièce d'identité, du livret de famille (page mariage) ;
- si contrat de mariage : régime adopté, date du contrat, nom et adresse du notaire ;
- si divorcés : extrait du jugement de divorce, liquidation de la communauté ;
- extrait de registre du commerce ;
- copie des contrats (gérance tabac, licence IV, presse, PMU, brasseur, assurances professionnelles, crédit-bail...) ;
- bail commercial ;
- titre de propriété ;
- si société : statuts et procès-verbal d'assemblée générale autorisant la vente ;
- si prêt(s) en cours : contrat(s) et tableau(x) d'amortissement ;
- liste du personnel ;
- contrats de travail (date d'embauche, type de contrats...), bulletins de salaire ;
- états financiers sur trois ans (avec attestation du comptable) ;
- trois derniers chiffres d'affaires, trois derniers BIC (bénéfices industriels et commerciaux), chiffre d'affaires de l'exercice en cours ;
- stock de marchandises ;
- montant plafonné, conditions de règlement (le jour de la vente) ;
- liste des immobilisations (comptable) ;
- chiffrage des éléments corporels et incorporels (comptable) ;
- inventaire du matériel ;
- si tabac, presse, Française des jeux, PMU : lettre(s) manuscrite(s) de démission ;
- coordonnées des fournisseurs...

Le dépôt de garantie est-il obligatoire ?

Le versement d'un acompte lors de la signature du compromis de vente n'est pas obligatoire, mais il représente une garantie, rassure le vendeur et démontre le sérieux de l'engagement. Son montant peut être fixé librement par les parties ; il est le plus souvent fixé sur les bases de 5 à 10 % du prix de vente.

Le dépôt de garantie sera encaissé par le notaire ou l'avocat sur compte séquestre à la Caisse des dépôts et consignations (établissement public).

Quel est le coût moyen des frais des rédacteurs ?

Contrairement à la vente d'un bien immobilier classique, il n'existe pas de grille tarifaire. Les honoraires de rédaction des frais d'actes sont libres. En moyenne, les honoraires des notaires et/ou avocats oscillent entre 2 et 5 % du montant de la transaction.

Quel est le délai moyen entre la signature d'un compromis et l'acte définitif ?

Il n'y a pas de délai précis, car chaque vente de fonds de commerce a ses particularités. Si les parties (acheteurs et vendeurs) se sont mises d'accord sur les dates de reprise, les délais peuvent varier de quelques semaines à plusieurs mois.

En moyenne, nous avons constaté qu'il fallait compter, pour la vente d'un fonds de commerce classique, entre trois et quatre mois. Cependant, si le dossier est simple, la vente peut être réalisée en quelques semaines. À l'inverse, si le dossier est plus compliqué ou tout simplement s'il nécessite l'établissement de dossiers administratifs et le retour des décisions de certaines administrations (douanes, tabac, Française des jeux, PMU...), la durée moyenne constatée est d'environ 4 à 5 mois.

Blogs des Experts

'Reprendre un hôtel : évitez les embûches' sur www.lhotellerie-restauration.fr

□ Blogs des Experts & Questions-Réponses

Une question ?
Rendez-vous sur les Blogs des Experts
sur www.lhotellerie-restauration.fr

Les 'produits frais' seront-ils bientôt signalés sur les cartes de restaurant ?

Fernand Siré : Le député UMP des Pyrénées-Orientales a fait adopter un amendement au projet de loi renforçant la protection de l'information... **Lire la suite de l'article avec le mot-clé RTR116699 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr**

Pierre Novarina, président de la Fédération européenne du commerce et de la distribution des produits sous température dirigée, glaces, surgelés et réfrigérés (Syndigel) : la mention 'produits frais' n'est pas gage de qualité pour la fédération des produits surgelés... **Lire la suite de l'article avec le mot-clé RTR217134 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr**

Jean-François Sautereau, président de Buffalo Grill et vice-président du Syndicat national de la restauration thématique et commerciale (SNRTC) : la mention des 'produits frais', une fausse bonne idée... **Lire la suite de l'article avec le mot-clé RTR317056 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr**

Laurent Pommier : Si l'utilisation de produits frais ne garantit pas une bonne cuisine, il n'y en a, selon Paul Bocuse, que deux, la bonne et la mauvaise. Le marquage traduira au moins la volonté du chef d'aller vers une démarche qualitative certaine. Peut-être un regard objectif sur la carte d'un restaurant jugé

d'habitude avec beaucoup plus de subjectivité. Ne pas l'accepter accentuerait l'impression chez les clients de ne pas être pris en compte. Cela me semble plus dangereux. Comme le dit le chroniqueur : vive la cuisine.

Nicolas : Je trouve que c'est une excellente idée et je comprends que la profession émette de réelles inquiétudes. Je trouve simplement dommage que cette idée vienne de l'extérieur et non de la profession elle-même.

Certes, sa mise en place demande une concertation afin de préciser les détails de l'amendement. Car il y a ceux qui produisent eux-mêmes et conservent en mode surgelé (question de conservation). Certains restaurateurs disent : 'chez moi, la cuisine, c'est en grande partie du frais ; très bien, mais si le client tombe malheureusement sur le plat surgelé ?'

Cette mesure va permettre de savoir - et c'est là le plus important - si le Français en général est attaché ou non aux produits frais faits maison ou s'il a perdu sa fibre culinaire : McDo, sandwiches, kébabs, produits surgelés, plats préparés, fast-foods... Rappelons que les Anglais passent plus de temps à cuisiner à la maison que les Français.

Un astérisque permettra d'indiquer si le plat est entièrement fait maison ou pas : on pourrait même trouver des surprises dans les maisons étoilées. Attention les gambas ! Et vive l'astérisque.

Lire les autres articles sur le sujet, les réactions d'autres professionnels ou réagir avec le mot clé RTK4202 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Benoit : Pour ma part, je me fais un point d'honneur à réaliser 99 % des mets proposés à ma carte (le 1 % étant la glace quand j'en ai à la carte en alliance avec un dessert dont le reste des éléments est fait maison). Toutefois, il est vrai que certains éléments ne peuvent pas être des produits frais. Le nier serait mentir. Mes clients le savent et je ne cherche pas à leur cacher. Je suis fier de mon travail et ma clientèle me le rend bien. L'important, c'est le fait maison. Le reste est un monde de conservation. Je pense que nos technocrates se trompent de propos. ◆→

□ Blogs des Experts & Questions-Réponses

➔ **Eric** : La vraie question est : qu'est-ce que l'on considère comme produits frais ? Je reçois mon faux-filet d'une pièce, je le tranche et le mets sous vide pour assurer une meilleure conservation : frais ou pas ?

J'ai une cellule de surgélation et l'agrément sanitaire. Je reçois du frais, je cuisine puis je le congèle afin de gagner du temps et d'avoir des produits 'frais' même hors saison... Le terme 'produits frais' est un mauvais débat, je pense. 'Fabriqué maison' serait plus judicieux.

J'utilise de la pelure de truffe : mon plat est-il considéré comme fait à base de produit frais ? Mon sel et mon poivre, mes herbes aromatiques, mes épices ne sont pas frais mais souvent déshydratés... Que dois-je indiquer ? Certains 'restaurateurs' feraient mieux d'utiliser des produits tout prêts haut de gamme plutôt que de faire n'importe quoi en prenant des risques sanitaires...

Un traiteur qui a un labo de fabrication et travaille uniquement du frais, mais à l'avance pour cause de grosses quantités, que doit-il indiquer ? Trop de questions en suspens et, surtout, pour moi il y a un terme non approprié qui risque de faire plus de mal que de bien à la profession.

Pascal : Je trouve qu'il serait plus judicieux de parler de préparations réalisées dans les cuisines du restaurant que de produits frais. De nos jours, il ne faut plus être cuisinier pour avoir un restaurant où l'on sert des plats à base de produits frais. Nos fournisseurs ont développé une telle gamme de plats préparés disponibles en frais qu'on peut proposer n'importe quoi à réchauffer simplement.

En tant que Maître restaurateur, je fabrique tout sur place dans ma cuisine, du pain aux glaces, en passant par les mignardises, desserts, terrines et saumon fumé. Cependant, certains produits sont dis-

ponibles uniquement en surgelé comme les gambas et les scampi, ou alors en frais à des prix impossibles à répercuter. Pour le poisson, j'achète des poissons frais entiers ou en filets. Je les portionne et je les mets sous vide.

Après deux jours, je les congèle en cellule pour être certain de la qualité de mes produits. Je décongele mes portions au fur et à mesure des commandes et je cuisine au moment les produits. Que devons-nous indiquer sur nos cartes si j'ai les produits en frais et en surgelé suivant les jours ? Je ne vais pas garder mes produits jusqu'à ce qu'ils soient périmés, pour pouvoir dire que je ne travaille que du frais, et saborder ma rentabilité. Ou alors, on devra limiter la carte afin d'avoir des produits qui tournent suffisamment pour ne pas avoir de perte. Simple question : les pâtisseries qui travaillent énormément les entremets surgelés pour pouvoir les produire en quantité suffisante devront-ils aussi indiquer s'ils sont décongelés ? On va bien s'amuser, si je puis dire... Et vive la cuisine faite maison !

Hotel restaurant bellevue : L'essentiel est de travailler avec des produits bruts frais ou surgelés par le restaurateur ou le fournisseur. À ce moment-là, c'est la qualité qui prime, choix important pour une traçabilité irréprochable du produit surgelé, mais aussi de réaliser la totalité d'une recette à partir de ces produits bruts, plats et accompagnements, la vraie cuisine à mon sens, du fait maison tout simplement.

Christophe : Une salaison (saumon fumé, charcuterie...), ce n'est ni frais ni fait maison et cela ne subit aucune transformation sur place la plupart du temps. On n'est pas sorti de l'auberge !

Nicolas : Il y a peut-être une autre possibilité : diminuer le nombre de plats proposés. Jusqu'alors, il était admis qu'une carte variée avec de nombreux choix de plats permettait de toucher tous les types de clientèle. Pourquoi ne pas proposer moins de plats mais les changer plus souvent en respectant ainsi davantage la saison ? Moins de plats proposés, moins de préparation mais une préparation davantage faite sur place, plus de plats vendus donc des prix négociés, davantage de turn-over et donc de produits de meilleure qualité, etc. ? Je pense que les gens sont mûrs pour accepter de voir se réduire une carte au profit de la qualité.

Combien de fois j'entends autour de moi : 'je ne vais plus au restaurant parce que je fais mieux chez moi' - ce qui n'est pas tout à fait vrai mais la réflexion est là. Il faut changer les mentalités. Beaucoup de restaurants gastronomiques fonctionnent avec juste 3 entrées, 3 plats et 3 desserts avec un renouvellement mensuel.

Quant au terme produit frais, je suis d'accord, il faut le prendre avec des pincettes. Il faudrait plutôt parler de produit brut transformé sur place et non pas fait maison en délimitant ce qui peut rentrer ou non dans cette case, ou alors garder le fait maison en réactualisant sa définition. Car souvent des produits achetés chez un artisan passent pour des produits faits maison chez le restaurateur.

Au Congrès national de l'Umih : *"Le développement du titre de Maître restaurateur est dans le camp des départements."* Il ressort du congrès de Saint-Malo que le titre de Maître restaurateur suffit à garantir le consommateur. Nul besoin d'un texte de loi... **Lire la suite de l'article avec le mot-clé RTR217699 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr**

Où en est la machine à café qui trônait sur l'arrière-bar depuis plus de trente ans ?

PAR JEAN-GABRIEL DU JAIFLIN, JGDJ CONSEIL

La machine à café, de génération en génération

À l'extérieur sur sa carcasse en métal rouge, les boutons de commandes manuels, une buse pour la vapeur et un robinet de puisage de l'eau chaude. À l'intérieur, une rampe de chauffage au gaz de ville. La chaudière à remplissage automatique en cuivre a une capacité de 6 litres équipée d'une pompe rotative et de manomètres de contrôle. Ce modèle relativement ancien n'avait pas de gestion de chauffe commandée par pressostat avec gestion électronique par sonde. Ses nombreuses consœurs vivent avec un chauffage électrique, souvent monophasée en 220 V. Leur une puissance de chauffe varie de 2 000 à 4 000 kW suivant le nombre de groupes dont elles sont équipées.

MACHINES EMBLÉMATIQUES ET FIABLES

Après de bons et loyaux services, cette grand-mère de plus de trente ans s'est usée définitivement. Son propriétaire la rentrait régulièrement en atelier pour un détartrage complet et le changement de ses joints. Durant son absence, une de ses sœurs la remplaçait derrière le comptoir. Les techniciens spécialisés de la société Café Henry Blanc chargés de l'entretien sont très attachés à ce type de matériel emblématique de la profession. Les machines à café traditionnelles comme celle-ci sont fiables et leur permettent de faire un excellent café de qualité avec des prix de revient très intéressants. Il faut dire qu'elle était bien nourrie, avec du café de grande qualité fraîchement moulu. Son eau était bonne et très bien filtrée. Et Léon, son barman préféré, la nettoyait plusieurs fois par jour en prenant bien soin d'enlever tous les résidus



Dans les entrailles d'une machine en révision.

de café et le marc qui risquait de boucher ses si fines canalisations, et d'altérer le goût subtil de ses expressos.

Elle était très coquette, avec son fronton en inox brillant orné d'une bande de laiton poli.

Aujourd'hui, à l'achat, la somme à déboursier est assez conséquente suivant le type de machine. Il faut en outre compter sur un contrat d'entretien très complet afin d'assurer la pérennité de son investissement. La location ou la mise en dépôt d'une machine par un fournisseur spécialisé est la solution la plus souvent retenue par les exploitants de brasseries, bars, cafés alors qu'un restaurateur dont le débit est moindre préférera son achat.

TOUT AUTOMATIQUE ?

On trouve désormais sur le marché des machines tout automatiques, par exemple à deux groupes 100 % autonomes avec des moulins à café intégrés. On peut même



Les 'cousins et cousines' de la machine à café.

disposer de plusieurs moulins afin d'avoir des cafés différents suivant le goût de la clientèle. Ils sont généralement prévus avec un rattrapage automatique d'usure des meules. En principe, les chaudières pour le café, l'eau chaude et la vapeur sont séparées. Elles

disposent de robinets en façade. Suivant les marques, le design, les couleurs, les éclairages changent mais le principe de fonctionnement reste le même. De plus en plus de modèles sont équipés de programmes informatisés de nettoyage et de détartrage automatiques.

La programmation du nettoyage peut faire hésiter. Et si l'entretien automatique perturbait le service en se déclenchant ? Et puis, Léon, cet excellent barista, va-t-il continuer à préparer manuellement ses capuccinos, cafés noisette, et autres chocolats ou son patron va-t-il opter pour une de ces machines très complètes qui propose tous les types de boissons chaudes préparées automatiquement, ➡



➔ dont de très nombreux modèles sont désormais disponibles sur le marché ?

L'un des leaders du café en capsules vient de lancer sur le marché une machine tout automatique haut de gamme pour les établissements à grand débit. Il s'agit du modèle **Aguila de Nespresso Pro**. Ses 4 têtes d'extraction permettent de réaliser tous les types de café, avec du lait frais stocké dans un récipient réfrigéré à 4 °C. On citera également : **Cafitesse** de la **Maison du Café**, la machine **Viaggi** de **Nestlé Professionnel** (Grand prix de l'innovation du Sirha 2011),

l'**Armonia** de **Spazio Equipement** ou les machines **Calita**. Suivant la culture de l'entreprise et son mode de gestion, l'exploitant pourra opter pour du café en grain ou des dosettes.

Le moulin à café est un peu bruyant, mais il fait le charme du petit noir pris au bar le matin.

Le percolateur, souvent utilisé dans les hôtels ou collectivités, est un peu délaissé au profit des machines à filtration avec ses verseuses en verre reposant sur une plaque de maintien en température présente à de nombreux petits déjeuners. Il existe également des containers du type

chauffe-eau isotherme ou les laitières électriques à bain-marie avec robinet de puisage en façade. **Animo®** est le spécialiste incontesté de ce type de matériel.

Les machines à filtration, du type **Melitta®**, avec puisage en façade. Il est à noter que cette marque spécialiste du café fabrique de magnifiques machines automatiques, par exemple dans la gamme C35 qui utilise également du lait frais. ■

Blog des Experts

'Matériels et équipements en CHR :
faire son choix' sur
www.lhotellerie-restauration.fr

Pour répondre à une demande croissante de thés et tisanes, des formations existent.

Cafés Richard, au service de la qualiThé et du savoir-faire

Chaque année, 700 professionnels passent par l'Académie du café. Dans la ligne de mire : devenir de véritables ambassadeurs du café. L'aspect pratique a été privilégié avec des postes de travail entièrement équipés et dédiés au savoir-faire de l'expresso et des boissons latte. Ajoutez une salle de dégustation, un laboratoire, des caméras pour zoomer sur les gestes techniques et deux hommes aux commandes : **Michael McCauley**, caféologue et seul juge international en France certifié des championnats du monde de barista, et **Anthony Calvez**, dégustateur qualité café et double champion de France de



L'UniversiThé des Cafés Richard, un espace dédié aux codes et savoir-faire du thé.

barista (2008 et 2010). Depuis janvier 2011, le site comprend une partie baptisée l'UniversiThé. *"Elle répond à une demande croissante, car thés et tisanes sont revenus en force chez les consommateurs"*, précise la maison Richard. Le service du thé s'appuie sur des rituels et codes encore peu connus des professionnels français. Le thé est lui aussi méconnu dans sa diversité et ses origines.

Lydia Gauthier, auteur de nombreux ouvrages, a été choisie pour assurer les deux formations mises en œuvre : 'L'art du thé, du théier à la théière', et 'Theista : le sommelier du thé'. Toutes ces formations peuvent être prises en charge financièrement par les organismes auxquels les entreprises cotisent. ■

Sy. S.

www.richard.fr



Anthony Calvez, double champion de France de barista..



Viaggi®

Grands Prix
2011
Sixha
Innovation

LA PERFECTION À L'INFINI

VIAGGI propose plus de 40 boissons :
cafés grand cru, délicieux chocolats et recettes lactées
pour répondre très facilement
à toutes les envies de vos clients.

VIAGGI, *Un monde de saveurs, du bout des doigts.*

L'EXPÉRIENCE VIAGGI

Pour découvrir le programme de boissons VIAGGI,
venez visiter notre Showroom. *Contactez-nous...*

01 60 53 49 25 / viaggi@fr.nestle.com

www.viaggi-programme.com

Présenté par

Nestlé
PROFESSIONAL
Super Premium Beverages

Se former au café, ou comment les torréfacteurs mettent à contribution leur expertise. Rencontre avec Jean-Pierre Blanc, directeur général des Cafés Malongo.
Propos recueillis par Sylvie Soubes

Cursus complet et modulaire chez **Malongo**

L'Hôtellerie Restauration :
Vous avez été le premier torréfacteur à vous tourner vers la formation des jeunes en organisant le concours du meilleur jeune professionnel du café. Vous vous adressez aujourd'hui à l'ensemble de la chaîne professionnelle. Quels sont vos outils ?

Jean-Pierre Blanc :

Nous avons un centre de formation à Nice, un autre près de Lyon, dans le cadre de l'institut Paul Bocuse, et un troisième en cours d'ouverture à Paris, situé non loin de la rue Saint-André-des-Arts, où nous avons déjà une boutique. Notre objectif aujourd'hui est d'apporter des formations qui couvrent l'ensemble des besoins des opérateurs dans les différents domaines du café. Pour les sommeliers, il y a la reconnaissance du goût ou bien, dans la partie théorique, l'explication du commerce équitable. Pour les techniciens des services après-vente, comme pour ceux qui sont appelés à intervenir sur la machine, nous abordons l'entretien avec des sessions plus pointues sur des domaines spécifiques. Nous avons mis en place, par exemple, une formation sur l'échangeur thermique qui permet de bien saisir l'importance de la chaleur dans le processus de production du café. Nous proposons 25 modules, pour l'instant.



Jean-Pierre Blanc, à l'occasion d'une séance qualité.

Comment ces programmes de formation ont-ils été pensés ?

Nous voulons que chaque client puisse bénéficier d'un parcours personnalisé. En choisissant d'aller plus loin que la formation à l'expertise du barista, nous avons pour objectif de donner à nos clients les moyens de mieux connaître et commercialiser le café. Beaucoup de notions qui tournent autour du barista sont éloignées de l'esprit français. L'avenir, c'est comment gérer l'offre café. Nous faisons, avec les stagiaires, des simulations de rentabilité en fonction des boissons, des rythmes de vente. Apprendre au personnel d'un hôtel à décorer un cappuccino n'est pas forcément judicieux.

Comment procédez-vous ?

Nous rencontrons les clients et, en fonction de la typologie, nous construisons un parcours. Les modules

proposés durent entre deux et quatre heures. Nous établissons avec eux un plan de formation adapté. Il faut donner au prescripteur les clés pour qu'il puisse orienter son offre ; que ce qu'il va mettre en place aille vers quelque chose qui est à la fois objectif et subjectif par rapport à l'établissement mais corresponde aussi aux besoins. La restauration comme l'hôtellerie, c'est une multitude de moments de consommation.

Qui sont les formateurs ?

Ce sont tous des spécialistes dans leur domaine qui ont fait leurs preuves sur le terrain. Nous revendiquons pleinement le statut d'école du café et nous faisons payer nos prestations, sachant que nous sommes agréés et que ces formations sont prises en charge par le Fafih notamment. Nous déclinons une stratégie autour du travail et de la formation comme source de profit. Le café, ce n'est plus un petit noir anodin,



Malongo propose tout un parcours de formation à l'univers du café, de la technique à la commercialisation.

ce sont des origines, des arômes, des hommes et des femmes qui s'investissent en amont. C'est également une palette de solutions. Doit-on travailler les doses ou le grain ? Se simplifier le quotidien en optant pour les doses est une chose, mais il faut valoriser cette offre en l'accompagnant peut-être de quelques mots sur le pays ou la torréfaction... Il ne faut pas faire une formation par défaut. Dans notre idée de parcours, nous incluons un suivi sur plusieurs mois. Quelques semaines après la formation, nous nous rendons sur place et nous faisons le point pour voir comment ce qui a été appris est appliqué et ce que cela a permis. On fait, en quelque sorte, une piqûre de rappel, et nous analysons les nouveaux besoins quand il y en a. Une formation permet de remotiver les équipes sur le terrain. Nous apportons des solutions à des problèmes du quotidien et cela crée une nouvelle dynamique. Nous avons aussi les moyens, avec ces modules, de revaloriser le service à table. Avec cette technicité, nous pouvons en faire un outil de reconnaissance pour le professionnel qui l'exerce. ■

www.malongo.com

Blog des Experts 'Café, bière, boissons : mieux vendre' sur
www.lhotellerie-restauration.fr



AXAL PRO dans votre adoucisseur d'eau, votre super pouvoir contre le calcaire

Parce qu'un adoucisseur défaillant peut vous coûter cher,
les pastilles de sel AXAL PRO sont conçues pour garantir le fonctionnement
optimal de votre appareil et prolonger ainsi la durée de vie de vos équipements :

Dureté maximale pour une tenue impeccable sans poussières de sel.

Pureté optimale pour une régénération parfaite.

Forme idéale pour une dissolution régulière.

Les pastilles AXAL PRO respectent les normes de qualité **NF** et EN 973, Type A.

www.esco-salt.com



Le choix des professionnels





Accompagnement café...



Biscuiterie familiale
depuis 1905

SAS St Michel Biscuits – Consommation Hors Domicile – Tél : 02 54 79 74 44

Produits & Équipements / C

Café pratique : de bonnes i des fabricants



MOULIN À CAFÉ n° 55 DE SANTOS : SILENCE ET ROBUSTESSE

Performance, robustesse et silence définissent le nouveau moulin à café espresso automatique n° 55 fabriqué par Santos. Il permet de distribuer directement dans le porte-filtre la dose de café nécessaire pour 1 ou 2 espressos. La dose pour un espresso est obtenue en moins d'une seconde. Le café étant moulu à la demande, ce moulin garantit une fraîcheur et un arôme absolus. Cet appareil est destiné aux bars, hôtels, restaurants, en complément de la traditionnelle machine espresso 1, 2 ou 3 groupes (le moulin accepte tous les types de porte-filtres).
www.santos.fr

BOS EQUIPEMENT MET EN AVANT LA TANGO D

Bos Équipement Hôtelier garantit la qualité de son café avec la machine Tango Duo d'Unic. La gamme de machines entièrement automatiques Tango est la réponse aux attentes précises du marché en termes de productivité et de fiabilité. Elle apporte la garantie d'un résultat irréprochable dans la tasse, estime la société qui souligne son "maximum de fonctionnalités" : réglage et programmation automatiques

des différents paramètres (température, choix des moulins, qualité d'extraction, cycle de nettoyage...), multiplicité des choix de boissons (larges claviers personnalisables à touches indépendantes), facilité de préparation des boissons à base de lait grâce au dispositif cappuccinatore intégré, performance des sorties vapeur et eau chaude due à un volume exceptionnel

/ Cafés & machines à café

idées et savoir-faire



LE SPÉCULOOS À L'HONNEUR CHEZ MONBANA

Cette année, le chocolatier Monbana célèbre le traditionnel spéculoos, un grand classique des fêtes, dans un assortiment de 4 produits d'accompagnement disponibles en une seule boîte. Quoi de plus pratique pour valoriser l'instant café en CHR et surprendre au quotidien les consommateurs ? L'assortiment comprend

le carré de chocolat au lait au spéculoos, avec ses saveurs chaudes et épicées, la croustille de céréales enrobée de chocolat au lait au délicieux spéculoos, le nougat - hommage à la tradition provençale des 13 desserts -, et enfin la guimauve enrobée d'une fine couche de chocolat au lait, qui se révèle moelleuse et aérienne en bouche.

www.monbana.fr

DUO D'UNIC

de la capacité chaudière... Le tout en grande capacité (expresso : 440 tasses/heure cappuccino : 380 tasses / heure ; eau chaude : 56 l/h). La machine inclut deux chaudières indépendantes de 6,5 l chacune, un chauffe-tasses de série contenant jusqu'à 70 tasses expresso et deux moulins d'une capacité de 1,7 kg chacun. L'accès aux différents menus se fait par carte magnétique. www.bos-equipement.com



Cafitesse Excellence

Découvrez le goût de l'Excellence



Machine Excellence élégante et performante

Café de très haute qualité Superior Dark Excellence 100% Arabica

Une solution unique pour la satisfaction de vos convives en hôtellerie



Vous souhaitez des informations sur Excellence, contactez notre distributeur OC 22 infos@oc22.com Tél. : 01 41 19 72 22 www.oc22.com



Découvrez les atouts d'Excellence sur Internet

Téléchargez l'application sur votre smartphone puis photographiez ce QR Code



Pour mieux vous servir



SAECO NOUVEL ACTEUR DU CHR DES 'TOUT AUTOMATIQUES'

Pour les petits restaurants, les snacks, les points chauds, l'italien Saeco suggère La Royal Coffee. Cette machine est dotée d'un système standard d'alimentation en eau, d'un chauffe-tasse, d'une fonction permettant le réglage du dosage du café avec cappuccino intégré. En parallèle, la ligne Idea s'appuie sur une technologie avancée pour des performances d'exception et un design attractif, indique Saeco. Ce sont des machines modulables selon les besoins, offrant une grande souplesse dans la préparation et le service du café. Pour servir environ 240 cafés/heure, Idea combine ses modules entièrement automatiques destinés aux hôtels ou aux restaurants dans un minimum d'espace. Ils peuvent également être conjugués à des accessoires, tels que l'Idea Cup (afin de chauffer 45 tasses), l'Idea Milk (pour réfrigérer le lait) ou l'Idea Lyo (préparation de chocolat chaud ou de thé). À découvrir encore, Phedra-Horeca, une machine complètement automatique, d'une grande souplesse d'emploi garantissant des performances hors pair dans un espace réduit. Elle est disponible en deux versions : Cappuccino, pour des boissons à base de lait frais, et Instant, pour délivrer jusqu'à 8 types de boissons, et qui peut être associée à un réfrigérateur (Astra) ou à un refroidisseur pour conserver de manière optimale le lait à portée de main.

www.saeco.fr

CAFÉS RICHARD TOUT POUR LE PETIT DÉJEUNER



Le Café Pack, véritable café filtre, les assemblages Rouge Richard, Perle Noire, Florio, pour les inconditionnels de l'expresso, ou encore un coffret bois, élégant et sobre qui renferme jusqu'à 100 sachets de thés assortis... Cafés Richard couvre toutes les prestations du petit déjeuner, y compris chocolâtées, de la dose individuelle à la recette de chocolat traditionnelle. Le torréfacteur met aussi en scène les mini-pots de

confitures (7 parfums et un miel) avec un présentoir en hauteur spécial buffet pouvant accueillir 24 mini-pots. Entre autres.

www.cafésrichard.fr

EASY MILC DE MAISON DU CAFÉ



Easy Milc est le tout récent concept machine-ingrédient expresso simple et efficace de Maison du Café. Outre le fait de vous garantir un café de qualité, sélectionné avec soin, Maison du Café vous propose une machine expresso précise et fiable fabriquée par l'expert suisse Schaefer. Simple d'utilisation, Easy Milc allie la fraîcheur d'un café juste moulu et la technologie de lait Cafitesse® pour des latte macchiatos, capuccinos, cafés crème et autres boissons lactées réussies d'un seul geste. Le lait Cafitesse® Café

Milc est un lait demi-écrémé concentré liquide qui permet de réaliser des boissons généreuses et gourmandes sans les problèmes d'hygiène liés au lait à courte DLC. Il préserve toutes les qualités nutritionnelles et gustatives du lait grâce à son emballage bag-in-box (BIB). Ses atouts : hygiène irréprochable grâce à un doseur unique et uni-directionnel, DLUO d'une semaine, un BIB vous permet de réaliser 144 cappuccinos, sans gaspillage ni manipulation du lait, et représente 40 % d'économie d'énergie. Ajoutez à cela un seul nettoyage hebdomadaire du bac de lait (temps de nettoyage diminué de 70 %), un choix de 11 recettes dont 7 programmables et une capacité de production allant jusqu'à 200 tasses/heure.

www.maisonducafecooffeesystems.fr

HappeCommerces :
 + Augmenter votre visibilité
 + Mettre en avant votre savoir-faire
 + Se démarquer des grandes enseignes
 + Avoir votre page web personnalisée

Professionnels indépendants ?
 Découvrez nos labels

HappeCafé
 HappeRestaurant
 HappeBière

« LA RÉFÉRENCE DES BONNES ADRESSES »

Tous vos avantages sur www.happecommerces.com



FILTRER L'EAU DES MACHINES AVEC PURITY C DE BRITA

Cartouche anticalcaire avec traitement par décarbonatation, filtration goûts et odeurs, filtration mécanique, IntelliBypass pour obtenir une dureté de l'eau stable en sortie... En utilisant les cartouches Purity C de Brita, vous limitez les frais de fonctionnement et de maintenance, vous

limitez les dépôts calcaires et les arrêts qu'ils occasionnent. L'utilisation des cartouches est simple et sûre. Elles peuvent fonctionner à l'horizontale ou à la verticale, et garantissent une eau pure, pour la restitution du meilleur arôme.

www.brita.fr



LES KINDER SCHOKOBONS DE FERRERO

Les Kinder Schokobons sont un accompagnement différent de ceux habituellement servis au moment du café. Cette petite boule enrobée de chocolat dans laquelle un mélange de lait et de noisettes se mêlent pour fondre en bouche est un

pur instant de gourmandise. Un café plus gourmand apprécié par plus de 82 % des consommateurs. Conditionné en paquet de 1,6 kg, adapté à l'accompagnement de 2 kg de café.

david.berger@ferrero.com
www.ferrero.fr

kifaikoi.com

Cafés et machines à café

Acnedis : www.acnedis.fr • **Bos Equipement Hôtelier** : www.bos-equipement.com • **Brita France** : www.brita.net • **Chomette Direct** : www.chomettedirect.com • **Cafés Folliet** : www.folliet-tropico.com • **Cafés Richard** : www.richard.fr • **Calita Mocca Equipement Technivorm** : www.calita.nl • **CMC Malongo** : www.malongo.com • **Espresso Service Proximité** : www.esp-da.fr • **Nestlé France** : www.foodservices.nestle.fr • **Maison du Café** : www.maisonducafeecoffeesystems.fr • **Media Italia Spa** • **Café & Co Distributeur Malongo** : www.malongo.com • **Melitta System Service France** : www.melittasystemservice.fr • **Makoa Industrie** : www.makoa-industrie.com • **Sunfreeze** : www.sunfreeze.com • **N & W** : www.nectavending.com • **Santos** : www.santos.fr/fr/index.html • **VEGA** : www.vega-fr.com • **La Spaziale International** : www.spazio-bar.com • **MRA** : Tél. 01 64 94 56 40 • **Segafredo** : www.segafredo-zanetti.com



Malongo

L'ÉCOLE DU CAFÉ

▷▷ DÉCOUVRIR LA FABULEUSE HISTOIRE DU CAFÉ

DE LA PLANTATION JUSQU'À LA TORRÉFACTION ET AU CONDITIONNEMENT

Valorisez votre établissement : donnez-lui l'image d'un lieu où le café est différent ! Grâce aux formations Malongo, proposez un goût parfait, déclinez votre espresso autour de recettes originales, préparées dans les règles de l'art et servies avec une touche d'élégance.

Un savoir-faire et une créativité qui étonneront vos clients !

POUR TOUT RENSEIGNEMENT ET INSCRIPTION
Alexia DOVONOU • formation@malongo.com
Tél. 01 43 26 06 87 • Mob. 06 50 86 99 71

Le petit déjeuner peut être considéré comme le repas le plus important de la journée. Selon les recommandations nutritionnelles, il devrait représenter 25 % des apports énergétiques quotidiens. Indispensable pour être en forme - et de bonne humeur ! - toute la journée, c'est un repas à part entière, un moment privilégié avant une journée de travail ou de détente. **PAR LAURENCE JAFFRE-LE BOUQUIN, DIÉTÉTICIENNE**

Le petit déjeuner : classique ou équilibré ?



Buffet gourmand avec les spécialités locales au Cheval Blanc de Niedersteinbach (Alsace).

crêpes...), un fruit ou un jus de fruit (en le préférant frais ou, à défaut, 100 % pur jus), une boisson chaude. Le tout sera complété par du beurre, de la confiture, de la gelée, etc. Le dernier groupe d'aliments qui peut être représenté est la viande ou équivalent : jambon, œuf, viande froide, etc. Sur un buffet, tous ces aliments peuvent être proposés. Pour une clientèle gourmande, on ajoutera des viennoiseries, de la charcuterie, du fromage...

COMMENT PROPOSER UN PETIT DÉJEUNER 'LÉGER'

Dans un buffet, chacun aura le choix, mais pour ceux qui veulent manger léger et sain, vous pouvez aménager un espace 'équilibré'. Dans cette zone, pas

de viennoiseries mais différentes sortes de pain, en privilégiant le pain complet ou aux céréales, plus rassasiant mais également plus riche en fibres et en sels minéraux que le pain blanc. Autre possibilité pour l'apport d'énergie, les céréales pour petit déjeuner existent en version légère, aux fruits rouges ou aux pépites de chocolat. Pour les produits laitiers, proposez du lait écrémé ou demi-écrémé, des yaourts nature ou 0 % de matières grasses aux fruits, du fromage blanc et de la faisselle à 0 %, voire du fromage coupé en fines tranches.

Lorsque l'on veut perdre du poids, les apports en protéines doivent être légèrement augmentés afin de préserver la masse musculaire. On pourra donc proposer du jambon maigre, du bacon, des ➔

Le petit déjeuner doit être digeste, coloré, léger et original.

En milieu hôtelier, son importance est parfois sous-estimée et seuls les aliments 'classiques' sont proposés : pain, beurre, confiture, croissants. La clientèle, de plus en plus nombreuse, qui recherche des produits sains et de bonne qualité gustative, sera fidélisée par un petit déjeuner

digeste, coloré, léger, original. Que peut-on alors proposer ?

QU'EST-CE QU'UN PETIT DÉJEUNER ÉQUILIBRÉ ?

Un petit déjeuner complet comprend tous les groupes d'aliments, à savoir un produit laitier (lait, yaourt, fromage blanc...), un produit céréalier (pain, pain de mie, céréales, biscottes,



Les céréales, base du petit déjeuner équilibré.

➤ œufs à la coque, de la viande des Grisons ou encore du blanc de volaille. Pour les apports en fibres et en vitamines, pensez aux fruits frais, aux fruits exotiques qui peuvent être proposés en jus fraîchement pressés, en salades, en mousses, en terrines (préparées avec très peu de sucre ou avec un édulcorant). Les boissons chaudes et l'eau sont bien sûr à volonté mais évitez, pour cette clientèle soucieuse de sa ligne, le chocolat chaud ou le cappuccino, plus sucrés et plus riches en matières grasses.

ET SUR LE PAIN, QUE MET-ON ?
La confiture, très sucrée,

peut être remplacée par une compote sans sucre ajouté. Quant au beurre, optez pour les micropains de 10 g, plus faciles à doser. Les fromages frais, nature ou aux herbes, riches en eau, sont une bonne alternative au beurre et se déclinent également en portions individuelles. Dans les pays scandinaves, le poisson est souvent à l'honneur dès le petit déjeuner et c'est très bon pour la santé. Riches en oméga 3 - acides gras indispensables à l'organisme -, harengs, thon et saumon fumés donneront du caractère à votre table matinale. Avec du pain de seigle, c'est délicieux.

PETIT DÉJEUNER CLASSIQUE / PETIT DÉJEUNER LÉGER ET ÉQUILIBRÉ : Y A-T-IL VRAIMENT UNE GRANDE DIFFÉRENCE ?

Voici la comparaison entre deux petits-déjeuners :

Petit déjeuner classique (proposé dans un grand nombre d'hôtels)		Petit-déjeuner léger	
Café ou thé sucré (1 sucre)	20 kcal	Café ou thé sans sucre (ou avec un édulcorant)	0 kcal
Lait demi-écrémé (15 cl)	68,4 kcal	Un yaourt 0 % aux fruits	57,2 kcal
Un croissant (60 g)	242 kcal	2 tranches de pain complet	137,4 kcal
Un morceau de baguette (60 g)	149 kcal	10 g de beurre	74,7 kcal
10 g de beurre	74,7 kcal	Une tranche de jambon blanc (50 g)	56,4 kcal
30 g de confiture	82,2 kcal pressée	Une orange (20 cl)	72 kcal
Un jus de fruit ordinaire	76,4 kcal		
Total	712,7 kcal	Total	397,7 kcal

D'après Table de composition des aliments- Suvimax, éditions Economica.



APPRENDRE AUPRÈS DE PASSIONNÉS

QUI AUSSI BIEN QU'UN PASSIONNÉ EST À MÊME DE DIFFUSER UN SAVOIR ?

Notre équipe de formateurs n'est constituée que d'experts, amoureux du café et tous *baristas* certifiés. C'est pour eux un véritable enjeu que de vous transmettre les connaissances essentielles à la pérennité du bon café.

Une science communiquée avec enthousiasme, pédagogie et... conviction !

POUR TOUT RENSEIGNEMENT ET INSCRIPTION
Alexia DOVONOU • formation@malongo.com
Tél. 01 43 26 06 87 • Mob. 06 50 86 99 71

➔ Ces deux petits déjeuners sont complets, quasiment tous les groupes d'aliments sont représentés (il manque seulement un apport de viande ou équivalent dans le premier et un apport de produits sucrés dans le second).

Le petit déjeuner classique apporte 712 kcal (2976 kJ), ce qui représente 25 % des apports énergétiques quotidiens pour un homme très actif (2 800 kcal ou 11 704 kJ) et 22 g de matières grasses. Le petit déjeuner léger n'apporte que 397 kcal (1 662 kJ) et moins de 12 g de matières grasses, apports corrects dans le cadre d'un programme hypocalorique à 1 600 kcal (6 688 kJ), qui peut être appliqué à une femme active ou à un homme sédentaire pour perdre du poids. Les fibres du pain complet et le jambon, riches en protéines, permettront de ne pas avoir faim jusqu'à l'heure du déjeuner. Le fruit frais pressé garantit un apport de vitamine C, qui permet de renforcer les défenses immunitaires (mais attention, une orange pressée perd 25 % de sa vitamine C après un quart d'heure à température ambiante).

BUFFET OU ROOM-SERVICE ?

Dans certains établissements, comme au Sofitel Diététique à Quiberon (56), les diététiciennes vérifient les plateaux des clients qui choisissent les repas diététiques. Le contenu de ce plateau est décidé en début de séjour. Il est adapté à chacun, et systématiquement servi en chambre. Donc, pas de vision ni d'odeur tentante de croissant chaud ! Au Carnac Resort Hôtel (56) en revanche, c'est un buffet léger qui est proposé aux curistes de la thalassothérapie. Le diététicien, **Gilles Dreux**, accompagne les clients dès le début de leur séjour et leur propose un apport énergétique de 300 à 450 kcal pour le petit déjeuner, en fonction de la morphologie et de l'activité de chacun. Le buffet 'diététique' est indépendant du buffet traditionnel, mais les clients doivent gérer eux-mêmes leur petit déjeuner. Cela induit moins de restriction. Les valeurs énergétiques des produits sont systématiquement indiquées. Certains curistes optent malgré

tout pour le service en chambre, qui permet de mieux se discipliner, notamment en ce qui concerne les quantités. Quelle que soit l'option choisie, un petit déjeuner 'léger' n'aura de sens que s'il est accompagné de conseils alimentaires judicieux. Il est inutile d'alléger le petit déjeuner si les repas suivants sont très riches. Le client doit être guidé, soit en indiquant les valeurs nutritionnelles des aliments, soit en leur proposant des petits déjeuners types qu'ils seront libres de choisir ou qu'ils pourront compléter à leur guise avec d'autres aliments.

En interrogeant plusieurs

établissements proposant des petits déjeuners légers, on remarque que ce repas est souvent composé de produits classiques et n'est pas forcément préparé par la brigade de cuisine. Il y a donc encore beaucoup de choses à introduire, à imaginer, à inventer : blancs-mangers et coulis, mousses de fromages blancs, mélange de céréales et de fruits frais, compotes meringuées, soufflés aux fruits, utilisation de produits bio...

Le mot de la fin reviendra à Somerset Maugham, romancier britannique du siècle dernier : *"Tout bonheur commence par un petit déjeuner tranquille."* ■

Un exemple d'affichage

PETIT DÉJEUNER DU JOUR

- Thé vert
- Œuf coque et ses mouillettes de pain aux céréales
- Mousse de fromage blanc à la vanille
- Carpaccio d'agrumes à la fleur d'oranger



Carpaccio d'agrumes à la fleur d'oranger.

Réalisé sans sucre et à base de fromage blanc allégé en matières grasses, ce petit déjeuner vous apportera moins de 400 kcal mais toutes les vitamines, minéraux et fibres indispensables pour bien commencer la journée... Bon appétit.



12 FROMAGES PORTIONS POUR ALLIANCE FOODSERVICE

Alliance Foodservice propose des fromages portions qui peuvent être servis lors du petit déjeuner. Une gamme qui couvre toutes les familles de fromage : pâtes molles, fraîches, pressées et fromages fondus. Elle compte 12 grandes marques reconnues et appréciées du grand public : St-Môret, Entremont, Cœur de Lion, etc. Ces portions individuelles permettent

d'éviter le gaspillage et sont appréciées pour des raisons d'hygiène et de praticité. 67 % des clients d'hôtel préfèrent les emballages individuels au moment du petit déjeuner (étude Coach Omnium 2009).

Tél. : 01 39 24 60 73

dorothee.meunierspitz@alliancefoodservice.fr

www.alliancefoodservice.fr



Bonne Maman®

Valorisez vos tables de petits-déjeuners avec les plus beaux fruits, les meilleurs ingrédients et tout le savoir-faire de Bonne Maman.

Contactez-nous :
www.androsrestauration.fr / 02. 37. 33. 16. 33.

ANDROS®
RESTAURATION
Des marques à votre service



BEL FOODSERVICE LANCE LE COFFRET PETIT DÉJEUNER

Aujourd'hui, l'offre petit déjeuner se diversifie avec davantage de fromages, de laitages et d'œufs. C'est pour cela que Bel Foodservice lance le 1^{er} coffret spécial petit déjeuner avec 5 variétés de fromages de marque à forte notoriété, en portions parfaitement adaptées (mini-Babybel de 22 g, La Vache qui rit en 20 g, Leerdammer de 22 g, Port Salut de 30 g et Chanteneige en 25 g). Un plus pour valoriser les buffets de petit déjeuner et en simplifier la gestion.

Tél. : 01 40 07 73 99

www.belfoodservice.fr



BRIDOR RÉINVENTE LA BAGUETTE VIENNOISE

La baguette viennoise pur beurre de Bridor, élaborée sans conservateur ni colorant artificiel, offre une recette généreuse et authentique avec des ingrédients simples : farine, œufs, lait, sucre et beurre. Sur un buffet, elle apporte la variété qu'attendent les clients et permet de différencier l'offre petit déjeuner. Sa grande taille (55 cm) garantit un maximum de tranches et d'utilisations snacking : sucrées, salées, en tartines au petit déjeuner, en toasts et même en sandwich pour le déjeuner. Sa mie extra moelleuse lui confère une texture souple et onctueuse. Déjà cuite et scarifiée, la baguette viennoise Bridor est facile à remettre en œuvre : seulement 40 min à température ambiante suffisent, ou 3 à 4 min à 160-170 °C dans tout type de four, pour une croûte plus croustillante. Après décongélation, sa texture reste moelleuse toute la journée, garantie par une bonne hydratation des pâtes, pour une excellente conservation.

www.bridordefrance.com



LA GRILLETINE DE BRIOCHE PASQUIER

La Grilletine, produit de panification (transformation des matières farineuses en pain), est une alternative à la biscotte : croustillante, fondante en bouche, sans conservateur et sans colorant artificiel. La Grilletine est emballée dans un sachet fraîcheur, d'où une excellente conservation du produit. Facile à tartiner car elle ne se casse pas. La Grilletine est un produit céréalier encouragé par les nutritionnistes. Elle convient aussi bien en offre salée (brunch) que sucrée (petit déjeuner) et peut être présentée dans un panier garni, accompagnée de beurre et de confiture. Conditionnement : 6 Grilletines dans 3 étuis fraîcheur - 12 cartons dans un plateau.

www.briochepasquier-pro.com



DOSETTES ET COUPELLES DE SIROP D'AGAVE SUNNY BIO®

Le sirop d'agave Sunny Bio® est une réponse aux gourmands soucieux de leur ligne, de leur santé et/ou de leur environnement. Il possède un haut pouvoir sucrant, deux fois plus important que du sucre traditionnel. Il ne dénature pas les saveurs des mets qu'il agrmente.

Sa texture liquide se mélange facilement et se dissout instantanément. Le sirop d'agave contient 20 % de calories en moins que le sucre traditionnel sur un même grammage. Grâce à ses 56 % de fructose, ce sucre lent permet d'éviter les creux de mi-journée grâce à son absorption progressive dans l'organisme. Le sirop d'agave Sunny Bio® répond ainsi aux critères de qualité certifiés auxquels les consommateurs aspirent. Désireux d'innover sur le marché et d'ouvrir son offre aux professionnels, Sunny Via® développe une gamme adaptée issue de l'agriculture biologique : les dosettes individuelles et les coupelles Sunny Bio®.

www.sirop-agave-sunny.fr/sunny-bio.html



DES MUFFINS À L'ANGLAISE CHEZ SDV

SDV propose de délicieux pains ronds anglais à déguster pour les petits déjeuners ou pour confectionner des sandwiches. Les pains muffins surgelés de 72 g peuvent être proposés grillés avec de la confiture ou à agrémenter à sa convenance. Après décongélation, ils se conservent deux jours au réfrigérateur dans un emballage hermétique. Ils sont conditionnés en sachets de 4 pièces, à décongeler selon les besoins.

www.sdvfrance.fr



La Boulangerie Plaisir



Credit Photo : Patrick Rougreau



www.bridordefrance.com





NUTELLA DE FERRERO DISPONIBLE EN BARQUETTE DE 15 G

Nutella, produit mythique à la recette inégalée depuis sa création, il y a quarante-cinq ans, est la marque leader des tartinables avec une demande consommateur soutenue : + 3,2 % des ventes volume en 2010 (source : Nielsen CAM P13/10 - HMSMHD). Nutella est présent sur les buffets des petits déjeuners avec un format spécifique de 15 g pour un coût/portion maîtrisé. Près de 33 millions de barquettes consommées en 2010, soit + 18 % par rapport à 2009 (source : facturation interne). Valoriser son buffet avec Nutella, c'est la promesse de satisfaire tous les profils de clientèle, affaire et loisirs. Conditionné en 120 barquettes.
Tél. : 02 35 88 37 32
david.berger@ferrero.com
www.ferrero.fr



KER CADÉLAC PROPOSE DEUX NOUVELLES RÉFÉRENCES

Ker Cadéac décline quelques-uns de ses best-sellers dans des formats adaptés à la restauration collective, à la vente à emporter, ou bien encore aux buffets petit déjeuner en hôtellerie. Le consommateur retrouvera prochainement en restauration le quatre-quarts Ker Cadéac au bon goût de beurre, dans un format individuel de 25 g, mais également la Madeleine moelleuse extra chocolat 25 g, gourmande à souhait et riche en chocolat. Idéales pour le petit déjeuner, une collation en matinée, un accompagnement de desserts (yaourt, crème...) ou pour le goûter, ces deux nouvelles références Ker Cadéac se conservent de nombreuses semaines grâce à leur sachet fraîcheur. Une façon simple pour les professionnels de la restauration d'offrir à leurs clients des produits rassurants, authentiques et appréciés de tous.
www.kercadelac.com

kifaikoi.com

Petit déjeuner

Alliance Foodservice : www.elleetvire-pro.com • **Andréy - Les Confitures à l'Ancienne** : www.andresy-origines.com • **Andros Restauration** : www.andros.fr • **Barry Callebaut** : www.cacaobarry.com • **Bel** : www.belfoodservice.fr • **Bridor Groupe Le Duff** : www.le-duff.com • **Cafés Richard** : www.richard.fr • **Comité national pour la promotion de l'œuf** : www.œufs-asso.com • **Conserves France** : www.saint-mamet.com • **Danone France** : www.danone.com • **Delifrance SA** : www.delifrance.com • **Eckes Granini** : www.eckes-granini.fr • **Espresso Service Proximité** : www.esp-da.fr • **Ferme du Pré SA** : www.fermedupre.fr • **Ferrero France** : www.ferrero.fr • **France Boissons SA** : www.france-boissons.fr • **Friesland Campina Professional** : www.debic.com • **Groupe Le Duff Paris** : www.le-duff.com • **Gyma Restauration** : www.gyma.net • **Kellogg's Produits Alimentaires** : www.kelloggs.com • **Lesieur** : www.lesieur.fr • **Les Fromageries Occitanes** : www.les-fromageries-occitanes.fr • **Lolitas - Perez Tabarly Développement** : www.pereztabarly.com • **Maison Boncolac** : www.maison-boncolac.fr • **Majestic Innovation** : www.majestic-innovation.com • **Monbana** : www.monbana.com • **Nestlé France** : www.foodservices.nestle.fr • **OC 22** : www.oc22.com • **Pages** : www.pages.fr • **Pain Concept** : www.painlaboulangere.com • **Pâtisseries Pasquier Ouest** : www.briochepasquier-pro.com • **Saint Louis Sucre** : www.saintlouis-sucre.com • **Sté Jamet Pierre** : www.jamets.com • **Unilever France** : www.ubffoodsolutions.fr • **Valrhona** : www.valrhona.com • **Yoplait France SAS** : www.yoplait.fr



L'expertise au service de votre boisson

✓ Une gamme complète de Nectars, Jus, Pur Jus pressés **granini** en bag-in-box 10L et de Solutions Cafés 

✓ Des équipements design et performants adaptés à vos besoins spécifiques

✓ Un service de proximité gratuit partout en France

Angers (49) En marge de son établissement étoilé, le chef s'est lancé dans la restauration rapide avec une nouvelle adresse baptisée VF, pour Version française.

Pascal Favre d'Anne réinvente le fast-food



Pour son fast-food angevin, le chef étoilé **Pascal Favre d'Anne** mise sur les produits locaux, les frites maison et les emballages recyclables.

J'avais envie de faire de la restauration rapide depuis longtemps, confie le chef étoilé **Pascal Favre d'Anne**, à la tête du restaurant qui porte son nom à Angers. À 37 ans, il a sauté le pas. Depuis l'été dernier, cet ancien disciple de **Marc Veyrat** a ouvert le fast-

food VF - pour version française - au rez-de-chaussée d'un hôtel particulier situé au cœur de la ville. *"On mange toujours les hamburgers avec les doigts"*, explique le chef. En revanche, les produits sortent de l'ordinaire pour un fast-food : la viande utilisée est du rôti de bœuf, le fromage, du comté, la sauce béarnaise est faite maison, de même que les vinaigrettes et, bien sûr, les frites. Quant au pain d'alise, *"base de tous nos burgers"*, c'est une recette ancestrale angevine mise au goût du jour. Plus insolite encore : *"tous nos sodas sont fabriqués à Cholet."*

OUVERT 7 JOURS SUR 7

Une première version du fast-food façon Pascal Favre d'Anne a vu le jour dès 2010, dans le cadre de Terra Botanica, premier parc d'attraction européen consacré au végétal, à Angers. Cette fois, en centre-ville, il s'adresse à tous en ouvrant VF 7 jours sur 7, de 11 heures à 23 heures, *"comme aux États-Unis"*. En marge des hamburgers, il propose aussi woks, salades et desserts. Le tout à emporter ou à consommer sur place, dans un espace de 280 m², doté de 170 places et d'une loggia. Côté tarifs, il faut compter 8,90 € pour un menu burger-frites-boisson, par exemple. Ou encore 5,90 € pour le Burger Tradi au pain cuit minute, avec viande de bœuf émincée et sauce béarnaise. Enfin, le vert étant une source d'inspiration pour Pascal Favre d'Anne - sa veste de chef est de cette couleur et la déco de la salle de VF aussi -, il a tenu à privilégier le développement durable au sein de son fast-food. Ainsi les emballages, en carton - et fabriqués dans le Maine-et-Loire -, sont-ils recyclables. Et les salariés, comme les clients, sont sollicités pour participer au tri sélectif au sein du restaurant. ■ **ANNE EVEILLARD**

Restaurant VF • 21 boulevard du Maréchal-Foch • 49100 Angers
•Tél.: 02 41 42 91 29

RESTAURANTD'OR.FR

DOUBLEZ VOTRE CLIENTÈLE



GRÂCE À

RESTAURANTDOR.FR



EN INSCRIVANT VOTRE RESTAURANT

SUR NOTRE ANNUAIRE

DES RESTAURANTS

NOTRE ANNUAIRE EST PREMIER SUR GOOGLE POUR LES RECHERCHES COMME :

**RESTAURANT
RESTAURANT PARIS
RESTAURANT LYON
RESTAURANT BORDEAUX
RESTAURANT MARSEILLE
ETC ...**

INSÉREZ DÈS MAINTENANT VOTRE ÉTABLISSEMENT SUR RESTAURANTDOR.FR

VOUS POUVEZ AUSSI NOUS CONTACTER

AU 01 55 73 32 09

Cette enseigne incontournable de la restauration rapide anglaise ouvre deux restaurants à Paris en janvier et poursuit son développement.

Pret A Manger arrive en France

La chaîne Pret A Manger, contrôlée par le fonds d'investissement Bridgepoint, ouvrira deux adresses à Paris en janvier : l'une rue Marbeuf, près des Champs-Élysées (à la place d'un restaurant Chez Clément), et l'autre à La Défense (à la place d'un Viagio). Le leader du sandwich en triangle haut de gamme compte actuellement 228 restaurants en Grande-Bretagne, 35 aux États-Unis et 11 à Hong-Kong. En 2012, l'enseigne vise une hausse de 10 % du nombre de ses restaurants, soit près de 30 nouveaux établissements, en intégrant les deux que compte la Ville lumière.

Pret A Manger adaptera son offre à la clientèle française, a expliqué le p.-d.g. **Clive Schlee** dans un entretien au *Figaro* : l'enseigne servira des sandwiches baguette jambon-beurre. Les Français passent plus de temps à déjeuner que leurs homologues outre-Manche ? Qu'à cela ne tienne : les restaurants seront plus grands qu'en Angleterre, avec quelques places assises. Le ticket moyen sera légèrement plus élevé à Paris qu'à Londres, où un sandwich coûte 2,90 £ (3,30 €). Pour un repas complet, il faudra compter 8 à 9 €. La chaîne table sur 380 M£ (environ 433 M€) de chiffre d'affaires (+ 16,2 % par rapport à 2010).

SERVIR LE CLIENT EN 60 SECONDES

Fondée en 1986 par deux amis d'université **Julian Metcalfe** et **Sinclair Beecham**, la chaîne a séduit les Britanniques avec son offre haut de gamme. Les sandwiches sont fabriqués chaque matin sur place et ne sont jamais livrés par camion. L'autre point clé repose sur le service client. À Pret, le but est de servir ce dernier en 60 secondes. "Pret A Manger signifie 'prêt à manger', pas 'prêt à attendre'", aime marteler Clive Schlee.

En 2012, l'enseigne vise une hausse de 10 % du nombre de ses restaurants, soit près de 30 nouveaux établissements.



Les fondateurs ont vendu un tiers des parts à McDonald's en 2001 qui, à son tour, les revendra en 2008. Le fonds d'investissement Bridgepoint en achète la majorité pour 345 M£ (393 M€). Bridgepoint contrôle toujours l'entreprise et a accru sa présence dans l'industrie, en mettant la main sur Mezzo di Pasta, la chaîne de restaurants de pâtes.

Aux États-Unis, l'enseigne est en plein développement. Pourtant, dans un premier temps, Pret s'était brûlé les ailes en ne prenant pas en compte les goûts des Américains. Une erreur de stratégie que l'enseigne n'entend pas reproduire en France. ■

LAURE GUILBAULT

www.pret.com

Pret a Manger : un management enseigné dans les MBA

Pret A Manger est devenu un cas d'école en matière de formation des employés. Là où beaucoup de chaînes ont du mal à retenir leurs bons éléments, Pret réussit à former sa main-d'œuvre, malgré des salaires relativement bas. Le turnover annuel en Angleterre est d'environ 70 %, un chiffre bas pour l'industrie de la restauration rapide. "Beaucoup de gens pensent qu'il est impossible de motiver les employés à des postes de service comme ceux-là. C'est triste et c'est faux,

expliquait **Francis Flynn**, professeur de commerce à l'université de Stanford au *New York Times*. Pret y parvient grâce à une approche innovante." Comment encourager le travail d'équipe ? Chez Pret A Manger, un employé travaille pendant six heures d'affilée, puis les autres employés votent. Ceux qui ne passent pas le test sont renvoyés sans ménagement, avec 35 £ (40 €) de consolation. Les bonus sont accordés en fonction des performances de l'équipe, non d'un individu.

Pret envoie des 'clients mystères', des inspecteurs anonymes qui notent chaque semaine les magasins et les employés. Si un inspecteur juge le restaurant 'exceptionnel', tous les employés bénéficient d'un bonus. Autres moyens pour renforcer la cohésion des équipes : quand les employés sont promus, ils reçoivent 50 £ (57 €) en bons d'achat. Mais au lieu de l'utiliser pour lui, l'employé doit l'offrir à ses collègues et ceux qui l'ont aidé au cours de sa carrière.

Florence Cohen-Tanugi compte bien faire de son triporteur à assistance électrique baptisé Cyclo Pouce le premier maillon d'une enseigne de restauration mobile.



Florence Cohen-Tanugi, la créatrice, et Valentin, le 'pilote' qui assure la vente des produits.

Florence Cohen-Tanugi, ancienne cadre supérieure dans l'industrie agroalimentaire, a mis au point un kiosque nomade de restauration rapide, installé sur 3 roues, au service des entreprises. Doté de caissons, d'une machine à café et d'un four micro-ondes, il a fait ses premiers kilomètres dans les rues de Boulogne (92) au mois de février dernier. *"J'aime cette dimension sociale. Nous allons au-devant des clients. Au début, ils passent devant nous en allant prendre leur déjeuner à l'extérieur et puis, un jour, ils s'arrêtent"*, raconte la créatrice. À

9 heures, Valentin, l'un des deux salariés de Cyclo Pouce, s'installe au 79 rue Marcel Dassault, pour servir cafés et viennoiseries. Un peu plus tard dans la matinée, il part pour le 93 rue Nationale où le service du petit déjeuner se poursuit. Puis, retour au 79 rue Marcel Dassault où le triporteur stationnera environ une heure... pour repartir rue Nationale.

LIAISON FROIDE

Les plats de la carte snacking sont réalisés, selon les recettes de Florence Cohen-Tanugi, par le traiteur Brume (à Puteaux, 92), qui livre

Ça roule pour Cyclo Pouce

tous les matins une quarantaine de parts individuelles, en liaison froide, dans des caissons isothermes immédiatement placés sur le triporteur. Les propositions changent tous les jours : poulet tomate et poivron pour le plat chaud, salade saumon-avocat-pamplemousse, bagel aux rillettes de thon (5 €), cheese-cake (2,5 €)... *"Le projet m'a plu. Cela permet de se remettre en question, de travailler sur de nouvelles recettes et une offre différente"*, commente **Thierry Brume**. Le menu (plat et dessert) est à 8,5 €. Florence Cohen-Tanugi s'approvisionne à la Ferme de Viltain, dans les Yvelines, pour les yaourts à boire.

Discrète sur son investissement et ses objectifs financiers, Florence Cohen-Tanugi veut maintenant *"valider son modèle économique, apporter quelques modifications techniques au triporteur, en créer rapidement un ou deux autres pour tester d'autres lieux"*. À la demande de la municipalité, le Cyclo Pouce est présent les samedis et dimanches dans les jardins de l'île Seguin afin d'assurer une offre de restauration aux promeneurs.

LYDIE ANASTASSION

www.cyclopouce.fr

SANDWICH & SNACK

15 - 16 FÉVRIER 2012
FEBRUARY 2012

Paris Porte de Versailles / Hall 4

SHOW

LE RENDEZ-VOUS LEADER SUR LE MARCHÉ DU SNACKING & DE LA CONSOMMATION NOMADE

Idées à emporter...

Votre badge gratuit sur www.sandwichshows.com

SAISON PROFESSIONNELLE PARIZZA

15-16 FÉVRIER - FEBRUARY 2012

Paris Porte de Versailles / Hall 4

www.parizza.com

Découvrez aussi

Londres (Grande-Bretagne) La boulette de viande fait boule de neige dans un quartier branché, sous la houlette d'un spécialiste de la restauration rapide, Hugh Fowler.

Meatballs : n'ayez plus peur de faire une boulette...



Meatballs s'est installé dans les murs d'un ancien grill victorien ouvert en 1870.

Voilà un lieu qui ne s'arrête pas au milieu du concept : Meatballs propose une offre qui décline à 90 % des boulettes de viande. Poussées par la vogue de la cuisine italo-américaine, ces petites boulettes de protéines - merci aussi aux régimes Dukan et consorts - ont désormais leur temple à proximité du très branché Exmouth Market de Londres. Meatballs s'est installé dans les murs d'un ancien grill victorien ou-

vert en 1870, The Quality Chop House, aujourd'hui dédié au culte de la boulette de viande, servie aussi en mini-burger. Cinq variétés sont disponibles : bœuf-ricotta ; agneau-concombre-yoghurt ; poulet-citron-câpres ; porc-romarin et même végétarienne à la courgette. Elles sont servies en mini-portions : 3,95 £ (4,6 €) pour 3 boulettes et 1 £ (1,16 €) la boulette suivante ou 5,95 £ (6,90 €) pour 3 mini-burgers.

PETITES BOULES DE SAVEUR

Finger-food ne veut pas dire malbouffe car les approvisionnements sont étudiés : porc élevé en plein air, bœuf et agneau orkney [région écossaise, NDLR], herbes fraîches et bien visibles dans les préparations, mini-foccias et buns... Pour accompagner ces petites boules de saveur, vous avez le choix entre plusieurs salades ou des légumes

rôtis, des parpadelle [grosses tagliatelle, NDLR] aux œufs ou encore du risotto à l'orge perlée... Et il y a même des milkshakes. Une version en vente à emporter est également disponible. Le fondateur n'est pas un inconnu puisqu'il s'agit de **Hugh Fowler**, qui s'est occupé de Wendy's dans les années 1980 et plus récemment de l'excellent Hamburger Union. Peut-on souhaiter que les boulettes fassent des petits ? ■

ANNE-CLAIRE PARÉ

www.meatballs.co.uk

Retrouvez sur Ihotellerie-restauration.com :
- d'autres conseils et reportages sur la Grande-Bretagne : cliquer sur 'Conseils et reportages par pays'
- les annonces d'emploi à l'international : cliquer sur 'Candidats à l'international'

Los Angeles (États-Unis) Quand la tendance de la cuisine péruvienne rencontre les techniques de la gastronomie nipponne, cela donne un cocktail de saveurs explosif.

Osaka à Los Angeles, c'est le Pérou

Identifiée depuis une dizaine d'années comme l'une des influences majeures de la gastronomie globalisée, la cuisine péruvienne tarde néanmoins à prendre toute l'ampleur qu'on lui promet... La solution pourrait-elle être de lui donner une inflexion japonisante ? C'est ce que semblent en tous cas penser deux concepts développés à Los Angeles. Pourquoi cette étrange alliance entre le Pérou, le Japon et les fruits de mer ? Parce qu'elle a été initiée par le célèbre chef **Nobu Matsuhisa** qui, avant de développer partout dans le monde - sauf en France - le concept Nobu (22 implantations dans toutes les villes branchées de la planète), a d'abord ouvert son premier restaurant à Lima, au Pérou. Ce qui a indéniablement coloré sa cuisine.



Le Ceviche Nikkei, un des plats signature de Nobu Matsuhisa dans son établissement Osaka.

viens traditionnels infusés de techniques et de saveurs japonaises, thaïlandaises et chinoises. Parmi les plats signature, on trouve notamment le Ceviche Nikkei : thon cru, concombre japonais, quinoa croustillant et vinaigrette au yuzu. Le dé-

cor est bien sûr très décontracté, dans une ambiance de forêt primaire amazonienne, où bar géant et cocktails péruviens au pisco complètent le dispositif... ■

A.-C. P.

www.osaka.com.pe

Retrouvez sur Ihotellerie-restauration.com :

- d'autres conseils et reportages sur les États-Unis : cliquer sur 'Conseils et reportages par pays'
- les annonces d'emploi à l'international : cliquer sur 'Candidats à l'international'

RÉINVENTER SON OFFRE

Ainsi, le restaurant Osaka, déjà présent à Lima, Buenos Aires en Argentine, et Santiago au Chili, va donc ouvrir dans la cité des Anges. Sa proposition s'articule autour d'ingrédients péru-

Paris (II^e) Première du genre, l'enseigne parisienne Bioburger trouve ses marques sur un marché de niche.

Des burgers bio et sans complexes



Louis Frack, Anthony Darré, les deux jeunes concepteurs de Bioburger, et **Damien Leclerc**, qui y effectue son stage de fin d'études pour l'EDC Paris.

Tout juste diplômés d'EDC Paris (École des dirigeants et des créateurs d'entreprises), et venus à la restauration par goût, **Louis Frack et Anthony Darré** ont voulu associer sans complexe le burger, le bio et le fast. Pas de débat entre bonne et malbouffe, mais le constat simple que ce type d'offre n'existait pas. Et surtout le souhait de vouloir *"proposer une restauration bio à des prix abordables"*. Trois mois après son ouverture, Bioburger, situé passage Choiseul à Paris (II^e), enregistre 90 clients par jour, entre 11 et 17 heures, pour un ticket moyen de 10 €. Pour 95 % d'entre eux, ils viennent pour la spécialité, vendue soit en formules à partir de 10 €, soit à la pièce à 7 €. Les portions de frites sont à 2,50 €. Les deux jeunes patrons se sont mis aux fourneaux : gâteaux, salades, frites... tout est réalisé sur place. Les steaks hachés (bœuf, tofu) et le poulet sont cuits à la minute puis placés dans des buns de pain frais livrés chaque matin par une boulangerie 100 % bio du quartier.

30 PLACES ASSISES

Côté approvisionnement, le concept travaille avec un grossiste spécialisé en bio de Rungis et réalise ses ajustements auprès d'enseignes bio de proximité. Sur deux niveaux, 30 places assises ont été aménagées. Les clients sont invités à placer les déchets de leurs plateaux dans les bacs appropriés : plastique, papier et autres. Les serviettes, sacs et boîtages sont recyclables. Louis Frack et Anthony Darré, qui ont investi 200 000 € dans ce point de vente, espèrent atteindre un chiffre d'affaires de 220 000 € pour leur premier exercice. Et s'ils reconnaissent que la proposition de produits bio réduit leurs marges, ils comptent bien sur le potentiel de croissance de leur nouvelle enseigne pour compenser. ■

LYDIE ANASTASSION

Bioburger • 46 passage Choiseul • 75002 Paris • Tél. : 01 49 26 93 90 • www.bioburger.info

premium sous vide
collection



Équipement pour la cuisson
Sous Vide pour cuisiniers,
du débutant au chef étoilé!

Gratuit: Un magnifique
calendrier Sous Vide et
un tablier fusionchef.

Uniquement jusqu'au 31/12/2011!

CADEAU GRATUIT*

Pour toute commande d'un appareil fusionchef avant
le 31/12/2011 recevez un cadeau gratuit.

* Sauf ventes.

- Perte de cuisson maximale de 5%
- Des résultats parfaits et reproductibles
- Une durée de conservation prolongée sans perte de qualité
- Une cuisine efficace mais sans stress

Plus d'informations, de recettes, de vidéos,
d'adresses de restaurants et de références
de livres sur: www.fusionchef.de

fusion ChefTM
by **Julabo**



www.fusionchef.de/promo/fr

www.fusionchef.de

Marseille (1^{er}) Ouvert au printemps dernier, le complexe Métropole regroupe un restaurant, un bar lounge et un fumoir très select.

Club Louis XIII : VIP only



© MARTIAL THIEBAUT

Le Club Louis XIII est un endroit privé et très sélect. Seuls peuvent le fréquenter les personnes affichant leur carte de membre, des chefs d'entreprise fortunés des environs qui, selon **Éric Mansfeld**, le directeur du club, payent le plus souvent sans même regarder la note en fin de soirée. *“Ce club est l'antichambre de leur bureau, explique le directeur, rien de commun avec les clubs de cigares qui privatisent un restaurant le temps d'une soirée. Ici, c'est leur lieu. Ils y ont leur casier personnel, sur lequel est inscrit leur nom et celui de leur entreprise.”*



© MARTIAL THIEBAUT

Cognac et cigare : une certaine idée du luxe.

Ambiance cosy, tons ambrés, lumières discrètes, un vrai club anglais au pays de Pagnol.



© MARTIAL THIEBAUT

Éric Mansfeld, le directeur du Club Louis XIII.

Si les adhérents peuvent apporter leurs cigares, le plus souvent ils préfèrent se laisser guider par **Éric Mansfeld**, qui propose une sélection haut de gamme. En professionnel, l'homme dispense des initiations aux néophytes. La carte des spiritueux joue aussi dans le registre du luxe. Les cognacs sont millésimés, de même que les vins. **Loi Évin** oblige, les contraintes techniques pour accueillir la clientèle sont draconiennes : la pièce dispose d'un passe-plat et d'extracteurs de fumée puissants. Les canapés sont confortables, les lumières tamisées,

les tons ambrés, la musique douce, à l'image des fameux clubs anglais.

SOIRÉES À THÈMES

Le Club Louis XIII est ouvert uniquement le soir, du mardi au vendredi. Des soirées festives à thèmes sont également organisées : démonstration d'une rouleuse de cigares, présentation des plus prestigieux spiritueux ou bien encore de montres d'exception... L'établissement accueille également un bar lounge et le Fétiche, un restaurant semi-gastronomique. Actuellement, le club ne compte que très peu de membres, mais le propriétaire et gérant, le décorateur et restaurateur **Ludovic Nadjar**, communique intensément sur cette création. Car si la clientèle pouvant s'offrir ce genre de luxe est restreinte, elle a en revanche un très fort pouvoir d'achat. ■ **HÉLÈNE DOREY**

Club Louis XIII • 38 rue Saint-Saëns
• 13001 Marseille • Tél. : 04 91 33 36 09

Paris (III^e) Xavier Marga, Jean Trinh et Isabel Castellanos se sont lancés dans leur première aventure entrepreneuriale en ouvrant cette 'mezcaleria', le 15 septembre dans le centre de Paris.

Cartel Ocho veut populariser le mezcal en France



Isabel Castellanos et **Xavier Marga**, deux des trois associés du Cartel Ocho.

leur rencontre ne s'est pas faite "autour de la restauration, mais autour du Mexique", explique **Xavier Marga**. Les trois associés à l'origine du Cartel Ocho, mezcaleria ouverte le 15 septembre à Paris, ont en effet un lien avec ce pays : **Isabel Castellanos** est mexicaine, pâtissière de formation, elle a travaillé pour le Plaza Athénée, pour le Relais & Châteaux Cazaudehore La Forestière à Saint-Germain-en-Laye (78) et chez Drouant auprès d'**Antoine Westermann**. Aujourd'hui, elle s'occupe des tapas et sauces maison du Cartel Ocho. Si Xavier, lui, est né au Mexique, **Jean Trihn**, le 3^e associé, y a séjourné, c'est là-bas qu'ils ont découvert le mezcal.

Cousin de la tequila, le mezcal est un alcool traditionnel mexicain à base d'agave. Cette plante met sept ans à pousser avant d'être coupée puis déterrée. Sa racine est ensuite cuite sous terre pendant trois jours avant d'être pressée. Une fois fermentée, elle est enfin distillée à deux reprises. Ce procédé de fabrication lui confère son goût légèrement fumé.

VODKA BOLIVIENNE ET RHUM VÉNÉZUÉLIEN

Cartel Ocho se fournit en mezcal auprès d'une coopérative mexicaine puis assure l'importation via une SAS (société par actions simplifiée) créée spécialement, et baptisée Reposado. Être son propre importateur permet, d'après Xavier Marga, de pratiquer "des tarifs populaires" : Cartel Ocho propose 5 mezcals différents de 2,80 € à 4,80 €

La façade du Cartel Ocho, ancien bar-tabac de la rue Saint-Martin.



pour 2 cl, et de 5 € à 6,50 € pour 4 cl. La carte des boissons ne se limite pas au mezcal puisque le bar propose 6 références de bières mexicaines, de la tequila, des vins argentins et mexicains, de la vodka bolivienne et du rhum vénézuélien. Dans la mesure du possible, les produits commercialisés sont bio ou issus du commerce équitable. D'ici à la fin de l'année, le Cartel Ocho proposera des plats cuisinés le midi. ■

LOÏC SAULNIER

Cartel Ocho • 223 rue Saint-Martin • 75003 Paris

• Tél. : 09 53 12 13 18 • www.cartelochoc.com

La nouvelle solution de Gestion Traiteur
Simplicité et Performance

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

Gestion commerciale

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

Gestion production

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

Démonstration gratuite dans vos locaux ou via Internet
Contacter MdB multimedia au 04.92.28.26.40

Rejoignez les 1500 utilisateurs de FTBE avec la nouvelle version :

FTBE V8 Traiteur Premium
Solution traiteur complète de gestion commerciale et gestion de production

MdB Multimedia - Agence Commerciale
Pac Technologique de l'Azyle 1 - Voie 2
118, Avenue de la Gare
04 370 40000 Sotussa

MdB Multimedia - Siège Social
Espace Cléfi - 16 Rue Mozart
92587 Ochoy Cedex

Comment nous contacter ?
Email : mdb@mdb-multimedia.com
Téléphone : 04 92 28 26 40
Fax : 04 92 28 26 40

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

Hôtellerie

Hébergement alternatif mais aussi investissement rentable pour des hôteliers soucieux de répondre à la demande de dépaysement de leurs clients, cette chambre inspirée d'un bateau à fond plat séduit les professionnels.

La toue cabanée, junior suite les pieds dans l'eau

Maisons dans les arbres, yourtes, bulle transparente pour passer une nuit au chaud sous les étoiles... Les hébergements insolites foisonnent et les idées ne manquent pas. Pour les hôteliers, en installer un au sein de leur établissement représente la perspective d'une augmentation du chiffre d'affaires. La création d'une junior suite sur l'eau peut donc constituer un investissement judicieux pour des hôteliers dont l'établissement s'y prête. Basée à Digoin (71), la société Les Canalous, créée par **René Carignan**, puis reprise par son fils **Claude** et son petit-fils **Alfred**, s'est spécialisée depuis 1982 dans la construction et la location de bateaux péniches. Aujourd'hui leader français sur ce créneau, elle lance un nouveau produit hôtelier alternatif, véritable junior suite sur l'eau, dont elle a confié le développement à **Yves Hunckler**.



Le toue cabanée fait appel à des matériaux haut de gamme.

ÉCO-CONCEPTION

Celui-ci s'inspire de la toue cabanée, bateau de pêche à fond plat, qui remontait jadis la Loire. Fabriquée dans l'usine des bateaux des Canalous, cette chambre flottante est totalement éco-conçue et possède toutes les caractéristiques d'un petit bateau. Elle peut naviguer parfaitement le long des canaux, grâce à son moteur à propulsion électrique, d'une autonomie de 6 heures, et ses deux postes de pilotage situés à la poupe et à la proue du bateau.

Ce qui frappe dans ce frêle esquif, c'est d'abord son confort. Faisant appel à des matériaux haut de gamme, il inclut un espace salon de 25 m², comprenant trois couchages dont un canapé-lit et un lit-banquette, une petite zone de

repas, avec four à micro-ondes, deux plaques chauffantes, une hotte, un réfrigérateur, une chambre de 13 m² et une salle de bains.

"La toue a été conçue pour consommer le moins d'énergie possible, souligne Yves Hunckler. Nous utilisons du fuel - et non du gasoil -, pour le moteur. La consommation électrique provient de panneaux solaires posés sur le toit qui renvoient l'électricité vers le bloc électrogène. Par ailleurs, nous avons installé un système de récupération des eaux de pluie."

PLUSIEURS FORMULES D'ACQUISITION

Navigable sans permis et simple d'utilisation, la petite nef constitue une alternative à l'hébergement

hôtelier classique. Yves Hunckler a fait des trois mots-clés 'dépaysement, expérience, insolite', les axes de sa communication. Pour un coût de 100 000 € HT (moteur compris), différentes formules d'acquisition sont prévues : achat direct par l'hôtelier, qui assurera lui-même son retour sur investissement - "nous avons pensé à 150 nuitées par an au minimum, sur cinq ans, à raison de 150 € environ par nuitée", déclare Yves Hunckler - ou une formule rendement par l'intermédiaire d'un investisseur à qui la société Les Canalous garantit une rentabilité sous forme de loyer compris entre 7 et 9 %.

ÉVELYNE DE BAST

www.toue-cabane.fr

Convaincu que le marché chinois va devenir un enjeu majeur dans les prochaines années, Book Inn France, réseau d'hôtels indépendants dans l'Hexagone, prend une longueur d'avance et met en place un accueil spécialisé pour la clientèle de l'empire du Milieu. Six hôtels 4 étoiles sont concernés à Paris.

Book Inn France s'intéresse de près au marché chinois



D'après l'office du tourisme et des congrès de Paris, le marché chinois représentait 700 000 visiteurs cette année dans la capitale. De plus, d'après l'agence Atout France, ce flux augmenterait de 10 à 15 % tous les ans.

D'après l'office du tourisme et des congrès à Paris, le marché chinois représentait 700 000 visiteurs cette année dans la capitale. D'après l'agence Atout France, ce flux augmenterait de 10 à 15 % tous les ans. Pour capter cette clientèle, Book Inn France se mobilise. "Nous avons voulu créer un dispositif d'accueil complet qui puisse les sécuriser", précise **Nellie Jeannin**, chargée de communication du groupe. Pour assurer la cohérence du projet, Book Inn France a recruté une chargée de mission, **Florence Adam**, qui connaît particulièrement bien ce segment. Parlant parfaitement le mandarin, depuis un séjour d'un an et demi

en Chine, elle maîtrise les us et les coutumes des touristes chinois sur le bout des doigts. "J'ai choisi comme thème pour mon mémoire de 3e cycle le tourisme domestique en Chine, ce qui m'a apporté une mine d'informations", explique-t-elle. Des données d'autant plus précieuses que le réseau français cherche surtout à séduire une clientèle individuelle. "Le marché s'élargit et nous visons surtout le marché des 'repeaters' - ceux qui sont déjà venus une première fois en groupe -, ainsi que celui des primo-voyageurs, qui ont entre 20 et 40 ans mais ont déjà acquis une solide pratique du voyage en Chine et n'hésitent pas à venir tout seuls", souligne Florence Adam.

DES PETITES ATTENTIONS À LA FORMATION DES RÉCEPTIONNISTES

Pour les accueillir, le groupe français déploie toute une panoplie de services, et pas seulement au sein de ses hôtels. "Notre première initiative a été de traduire en mandarin notre annuaire, notre portail de réservation sur internet, et les sites individuels des hôtels", ajoute-t-elle. Dans les chambres, on trouve des petites attentions propres aux codes de l'accueil en Chine, comme la bouilloire ou le plateau de courtoisie avec son assortiment de thé vert et ses spécialités chinoises (nouilles, lait de soja...), mais aussi une paire de chaussons et un kit dentaire dans les salles de bains, et même

un bouquet de chaînes de télévision chinoises (CCTV4, CNC World). "Ce sont des éléments essentiels d'accueil, que l'on retrouve dans tous les hôtels en Chine du 2 au 4 étoiles", précise Florence Adam. Enfin, une formation spécifique est proposée au personnel de réception afin de les préparer aux attentes des clients chinois. Ils auront également à leur disposition un minilexique avec quelques expressions et mots usuels ainsi qu'une panoplie d'adresses pour le shopping, les spectacles... "C'est la première fois qu'un réseau d'hôtels 4 étoiles offre ce genre de prestations", conclut la chargée de mission.

TROIS VILLES CIBLES DANS UN PREMIER TEMPS

Mis en place dans six hôtels du réseau, ce dispositif d'accueil va être complété par une politique de promotion auprès de trois villes cibles - Pékin, Shanghai et Canton -, et le groupe entend être présent dans deux salons majeurs, ceux de Hong-Kong et Taïwan. "Actuellement, nous négocions aussi avec les moteurs de recherche : Google, bien sûr, même si en Chine, il ne représente que 25 % du marché, et surtout Baidu, le premier moteur de recherche chinois. Ils représentent une force commerciale indispensable", relève Florence Adam. Paris Inn Group, société de gestion et de conseil en investissement hôtelier dont dépend Book Inn, qui gère et/ou possède 23 hôtels 3 et 4 étoiles à Paris et en province, espère vite retirer tous les bénéfices de ce dispositif innovant et inédit dans l'hôtellerie indépendante. ■

EVELYNE DE BAST

Banassac (48) Deux mois après son ouverture, l'hôtel Les 2 Rives situé aux portes des Cévennes, a été classé 3 étoiles avant d'obtenir les 3 cheminées par les Logis fin août. Le début d'une belle aventure pour une jeune femme de 26 ans, Laetitia Aldebert, aux commandes de l'établissement depuis 2009.

Les 2 Rives, confort moderne pour bâti authentique

C'est une histoire de famille. En 1999, le père de **Laetitia Aldebert** reprend cet ancien relais de poste du XIX^e siècle, et l'exploite pendant quelques années tel quel, tandis que Laetitia passe un BTS et une licence au lycée de Saint-Chély-d'Apcher (48). Mais l'arrivée de l'A75 ouvre de nouvelles perspectives de développement touristique dans la région. L'ancien hôtel non classé ne correspond plus à la demande des touristes. C'est une opportunité que saisit Laetitia. Sitôt son BTS et sa licence en poche, elle reprend le flambeau en 2009 à la direction de l'établissement. Dès 2010, elle se lance dans d'importants travaux de rénovation qu'elle dirigera elle-même huit mois durant : nouvelle isolation phonique et acoustique pour toutes les chambres, création de 9 chambres supplémentaires de très grand confort et de suites familiales. "Le



Laetitia Aldebert entourée de son équipe.

restaurant est en projet et viendra par la suite. En attendant, elle propose des plateaux repas livrés par un restaurant voisin, le Lou-Clapas, "une valeur sûre qui a obtenu le label qualité Sud de France".

DES ÉCO-GESTES À TOUS LES ÉTAGES

Concernée par le développement durable, elle engage l'hôtel dans une démarche écologique. L'hôtel est équipé en matériaux basse consommation et en climatisation réversible. Elle

met un point d'honneur à pratiquer des "éco-gestes à toutes les étages", à tel point que la jeune patronne envisage le label Clef verte pour 2012. Une image qui a d'ailleurs attiré cet été nombre d'étrangers (50 % de la clientèle de l'établissement). "Nous avons vu une famille allemande revenir chez nous après un bref séjour en Espagne, uniquement parce que nous avons une démarche écologique", précise Laetitia. Fréquenté à l'origine par une clientèle de passage, l'établissement observe

d'ouverture, l'hôtel a réalisé 60 % de taux d'occupation en juillet, 75 % en août et 40 % en septembre "sachant que nous n'avions fait aucune promotion". La vision d'un hôtel au bâti authentique, mais au confort moderne et écologique, avec un corps de bâtiment classé, inscrit dans une démarche responsable, a rempli l'hôtel pendant la saison estivale. L'hôtel des 2 Rives fait valoir d'autres atouts, comme son appartenance à la chaîne des Logis - une autre valeur sûre -, son classement



Une des chambres rénovées de l'hôtel des 2 Rives.

désormais le profil de cette dernière évoluer, pour des séjours plus longs "en raison aussi de tarifs attractifs" : "À 70 € la chambre et 120 € la suite, les clientèles anglo-saxonnes se rendent bien compte qu'elles peuvent s'offrir une suite deux fois moins chère que sur la côte", précise la jeune femme. Après seulement cinq mois

3 cheminées, sans compter les nombreux partenariats que la jeune dirigeante négocie afin de mettre en place de nouveaux produits touristiques pour l'hôtel. ■

ÉVELYNE DE BAST

Hôtel Les 2 Rives • La Mothe •
48500 Banassac •
Tél. : 04 66 32 99 97 •
www.hotel-les2rives.com

Cet ancien relais de poste est une bâtisse classée.



Les hôtels phocéens se préparent pour 2013, année où Marseille deviendra capitale européenne de la culture. Un écrin de choix pour le Music Hotel, un établissement dédié à la musique mais qui n'oublie pas la clientèle d'affaires.

L'hôtellerie marseillaise en plein renouveau

Il y avait foule pour l'ouverture du Music Hotel. Ce nouveau venu dans l'hôtellerie marseillaise crée l'événement en proposant un studio d'enregistrement gratuit en sous-sol, une salle dédiée à l'événementiel au premier étage, et des chambres design dans les étages supérieurs. Trois associés sont à l'origine du projet. **Claude Njoya**, d'abord, le musicien et l'attaché de presse : cet ancien champion du monde d'arts martiaux est aussi très impliqué dans l'événementiel sportif. **Richard Bahericz**, spécialiste du son, l'a suivi dans l'aventure et s'occupe de toute la partie musicale, les enregistrements et les futures émissions qui devraient être organisées en sous-sol avec le partenariat de la radio NRJ. "Claude a eu le premier l'idée de créer un hôtel dédié à la musique, poursuit **Gilles Dozol**, le troisième associé, car il voulait un hébergement spécifique pour les stars de la nuit qui répondent à leurs exigences."

UN INVESTISSEMENT DE 1 M€

Gilles Dozol se définit comme un 'investisseur hôtelier'. "Je souhaitais avant



La 'suite des artistes' du Music Hotel.

tout lancer un hôtel pour une clientèle d'affaires, car l'offre à Marseille est limitée, même s'il existe de beaux projets en cours, explique-t-il. Même si nous avons travaillé à trois sur le concept, je me suis investi à fond dans la décoration et l'aménagement." Il avoue même "y avoir investi toutes [s]es économies" pour payer les travaux, pour un investissement global chiffré à 1 M€. Le résultat plaira à la fois aux artistes et aux hommes d'affaires. La partie hébergement comprend 10 chambres très spacieuses et deux suites. Les chambres font au minimum 20 m². Les salles de bains sont équipées en meubles Duravit et disposent de nombreux gadgets 'arty' : LED installés près du robinet

qui font varier la couleur de l'eau, baignoires jacuzzi pour les plus stressés... Avec ce nouvel hôtel atypique, Marseille tourne un peu plus la page de ses années de léthargie, avant d'accueillir en 2012 le Forum de l'eau, puis de devenir en 2013 la capitale européenne de la culture. Transport, urbanisme et tourisme sont les piliers de son développement. Depuis le mois d'avril, plusieurs nouveaux hôtels ont ouvert, dont un all seasons - la marque 'lifestyle' d'Accor - de 51 chambres et une résidence Hi Park (qui dépend de BNP Paribas Real Estate), de 114 appartements. Et d'ici à 2012, 5 hôtels vont ouvrir, soit 821 chambres allant du 2 au 5 étoiles, notamment l'InterContinental qui dresse sa façade monumentale sur le Vieux-Port. En attendant les autres ouvertures, le Music Hotel a trouvé son créneau, celui du 'business détente'. "Nous avons totalement insonorisé le sous-sol dédié à la musique : la salle d'enregistrement, avec des moquettes, un travail sur le parquet, et des murs tapissés qui étouffent le son, est totalement étanche." ■ **ÉVELYNE DE BAST**

Music Hotel • 12 boulevard Louis Salvador
• 13006 Marseille • Tél. : 04 91 02 10 21
• www.music-hotel.fr

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

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

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

CONÇU PAR DES
HÔTELIERS-RESTAURATEURS
ET DES EXPERTS COMPTABLES

 **ChrOffice**
Le logiciel sur mesure

Paris (1^{er}) Cet hôtel 4 étoiles de 28 chambres en plein cœur de la Ville lumière a été transformé par l'architecte Vincent Bastie en deux suites.

Le Pradey, hommage griffé à Paris

Si l'hôtellerie est considérée comme une valeur refuge pour les investisseurs, surtout en ces périodes de grande turbulence monétaire, elle l'est aussi pour les particuliers qui n'ont pas froid aux yeux. Pour ces derniers, investir dans un hôtel représente une valeur sentimentale qu'il ne faut pas négliger. Le Pradey, charmant boutique-hôtel quasiment accolé à l'église Saint-Roch dans l'hyper-centre de Paris, en est un exemple vivant. Racheté par un médecin de renom, ce petit hôtel de 28 chambres a été totalement transformé sous la baguette magique de l'architecte **Vincent Bastie**, mais aussi avec l'inspiration de la créatrice **Chantal Thomass**, qui y a créé deux suites.

HOMMAGE À LA MAISON HERMÈS

Le charme de cet hôtel réside d'abord dans le décor très parisien voulu par l'architecte. Du sol au plafond, les petits détails en hommage à la Ville



Salle de bains ornée des inégalables faïences du métro parisien.



lumière foisonnent, dans toutes les chambres et suites, des plus simples aux plus sophistiquées. Les chambres dites 'Authentiques', de 16 à 19 m², vont décliner leur décoration autour des matériaux 'fétiches' de Paris que sont le zinc - celui des toits de Paris - ou

Créées par **Vincent Bastie**, architecte au nom familier dans l'hôtellerie parisienne (Les Mathurins, Le Burgundy...), les chambres 'Authentiques' - entre 16 et 19 m² - se déclinent autour de matériaux comme le zinc ou le bois.

le bois - celui des poutres des hôtels particuliers. Les chambres 'Traditions', en revanche, de 19 à 23 m², évoquent plutôt la pierre ou le béton, les salles de bains étant même ornées des inégalables faïences du métro parisien. Les quatre suites - Géode, Grand Palais, Louvre ou Saint-Roch - reprennent chacune le thème du



Avec sa chambre Cabaret, la créatrice Chantal Thomass nous entraîne dans le monde en rouge et noir de Toulouse Lautrec...



... tandis que dans la suite Opéra, à l'univers rose poudré et crème, elle évoque les petits rats.

ar l'architecte Vincent Bastie. La créatrice Chantal Thomass a apporté sa touche légère et sensuelle

TEXTE : ÉVELYNE DE BAST • PHOTOS : PIERRE SOISSONS



Au cinquième étage, les terrasses offrent une perspective imparable sur les Tuileries.

Ici, l'univers est rose poudré et crème. La lampe en tutu est une vraie lampe créée par la décoratrice et le coussin lacé évoque les corsets de danseuses. Dans la salle de bains toute rose, les appliques sont également signées Chantal Thomass pour Véronèse, et

célèbre monument qui leur est attaché, au fil de l'imagination vagabonde de Vincent Bastie. Au 5^e étage, l'architecte artiste a créé des suites confidentielles, inspirées des emblèmes de la maison Hermès, où il est allé choisir tissus et papiers peints. Ici, le mobilier porte donc la griffe de la célèbre maison de luxe parisienne, avec ses cuirs orangé qui illuminent les pièces et qui recouvrent les éléments de la collection Pippa créée par **Rena Dumas** ou le canapé **Jean-Michel Franck**. Les décors vont en harmonie avec le nom des suites : L'Explorateur, L'Écuyère,



Vincent Bastie a créé des suites confidentielles, inspirées des emblèmes de la maison Hermès, chez qui il est allé choisir objets, tissus et papiers peints.



Dans la suite Opéra, coussin lacé et lampe tutu ont été créés par Chantal Thomass.

Les Carrés et Le Collectionneur.

DEUX UNIVERS CRÉÉS PAR CHANTAL THOMASS

Mais la véritable attraction de l'hôtel réside dans les deux suites dessinées par Chantal Thomass. La créatrice de mode y a conçu la totalité des éléments. La suite Cabaret nous entraîne dans le monde en rouge et noir de Toulouse Lautrec, avec sa table de maquillage pour les danseuses du french cancan et sa petite table noire en forme de trèfle. La suite Opéra, elle, s'adresse à d'autres danseuses, les petits rats de l'Opéra.

ont été taillées en verre de Murano. Vincent Bastie, dont on connaît déjà les nombreuses réussites dans l'hôtellerie parisienne - Les Mathurins, Le Petit Moulin, Le Burgundy ou ses réalisations au Seven, entre autres - signe une nouvelle pièce de sa collection d'hôtels atypiques mais toujours créatifs sur Paris. Plus qu'un hôtel, Le Pradey est, avec ses 28 chambres classées 4 étoiles, une évocation de Paris des plus abouties. ■

Le Pradey • 5 rue Saint-Roch • 75001 Paris •
Tél. : 01 42 60 31 70 • www.lepradey.com

Cuzco (Pérou) Le groupe Orient-Express ouvrira en juin 2012 son sixième établissement au Pérou, le Palacio Nazarenas, en plein cœur de la cordillère des Andes.

Un palace dans les Andes

C'est notre projet le plus ambitieux depuis notre implantation en 1999 dans le pays", assure **Laurent Carrasset**, directeur général d'Orient-Express Pérou. Le Palacio Nazarenas ouvrira ses portes en juin 2012 dans l'ancienne capitale inca de Cuzco - une halte prisée vers le Machu Picchu que l'on peut rejoindre en trois heures à bord de l'Hiram Bingham, l'un des trains de collection du groupe. Situé dans un ancien palais et couvent, l'hôtel de luxe abritera plusieurs terrasses et patios ponctués de fleurs indigènes, d'herbes aromatiques, de fontaines et de canaux qui "font écho aux canaux d'irrigation des terrasses agricoles découvertes dans la vallée Sacrée et au Machu Picchu".

DES CHAMBRES OXYGÉNÉES

Les 55 suites (à partir de 617 € la nuit, petit déjeuner à la carte et service majordome inclus) seront équipées d'iPad et oxygénées. "La ville se situe à 3 350 mètres au-dessus du niveau de la mer, dans la cordillère des Andes. Afin de lutter contre les symptômes dus au mal des hauteurs, pouvant parfois provoquer insomnies et maux de tête, de l'oxygène sera diffusé dans chaque suite grâce au système de ventilation, ce qui permettra aux clients d'améliorer leur circulation sanguine tandis qu'ils dorment", explique le manager. Le spa offrira une palette de soins inspirés par les cultures inca et andine, à partir de produits péruviens (sel rose des Andes, maïs violet, avocat, café, feuilles de cacao...). L'hôtel possèdera la première piscine extérieure tempérée de Cuzco, ainsi qu'un restaurant dont la carte proposera un menu



Le Palacio Nazarenas ouvrira ses portes en juin 2012.

biologique, "véritable expérience culinaire et vitrine de la cuisine contemporaine des Andes".

TROIS ANS DE RESTAURATION, HUIT ARCHÉOLOGUES

La rénovation de l'édifice aura nécessité près de 12 M€. "Le Palacio Nazarenas est le résultat de trois années de restauration placées sous les directives de huit archéologues et supervisées par l'Institut national de la culture du Pérou. Une grande attention a été portée, par l'architecte **Enrique Palacio** et son équipe, à chaque étape de la construction afin de s'assurer que l'héritage de la propriété soit bien respecté. Aucune machine n'a été autorisée sur le site, les 9 000 m³ de terre ont été extraits à la main", rappelle-t-il. Durant la restauration des fondations du palais, datant du XVIII^e siècle,

l'équipe a découvert des fondations incas et pré-incas. Certains objets mis au jour seront exposés dans la bibliothèque de l'établissement. Une partie moderne a également été réhabilitée, en harmonie avec le design architectural original : murs blanchis à la chaux, arcades en brique, vérandas et balcons en bois peint d'un bleu cobalt vif... L'établissement, qualifié de "colonial avec une touche de contemporanéité et d'extravagance", accueillera une clientèle principalement nord-américaine, brésilienne et britannique. "La nouvelle ligne aérienne Paris-Lima, inaugurée en juin dernier, devrait nous ouvrir les portes du marché français et du Benelux", espère Laurent Carrasset.

VIOLAINE BRISSART

www.palacionazarenas.com

**Optimisez vos recrutements !
Rencontrez des candidats motivés et qualifiés !**

Salon
LHR **Emploi**

Jeudi 15 mars 2012 de 9 h à 18 h

Au CentQuatre
104 rue d'Aubervilliers • Paris 19^e

WWW.LHR-EMPLOI.FR



Contactez-nous : 01 45 48 64 64 • lhr-emploi@lhotellerie-restauration.fr

organisé par **L'Hôtellerie**
Restoration

La 8^e édition du concours du meilleur article **L'Hôtellerie Restauration** est lancée !
Élèves, envoyez vos articles avant le 12 février 2012.

Participez au concours du meilleur article **L'Hôtellerie Restauration**



Chaque année, de toute la France, des articles pleuvent à la rédaction de **L'Hôtellerie Restauration**.

Lorsque l'on donne la parole aux jeunes, ils la prennent ! De quoi nous parlent-ils ? C'est un festival ! Il n'y a pas de thème imposé. Nos journalistes en herbe ont pour seule contrainte de choisir un sujet lié à leur futur métier, à leur apprentissage, le secteur des CHR. L'avenir de la restauration, leurs premiers contacts avec l'entreprise, leur passion pour leur spécialité, la vie à l'école... Ils nous parlent de leurs aspirations, de leurs rêves, de leurs difficultés. Ils peuvent aussi se lancer dans des sujets plus généraux : comment répondre au mieux aux besoins de la clientèle étrangère ? Comment se mettre à son compte ? Imaginer un concept de restauration ou d'hôtellerie novateur... Place à l'imagination ! Nous voilà donc repartis pour une 8^e édition, sur le même modèle que les années précédentes :

- Sujet et forme libres (narration, interview, poème...). Illustrations non obligatoires.
- Le texte comprendra au minimum 25 lignes manuscrites. Le maximum ? Une copie double

grand format (A4) ou 4 feuillets de 25 lignes sur ordinateur.

• Aucun travail de groupe ne sera accepté. C'est un exercice strictement individuel.

Les élèves concourent par catégories : CAP/BEP, bac pro/MC/BP, BTS/2^e et 3^e cycles universitaires. Aussi, les journalistes de **L'Hôtellerie Restauration** qui procéderont à une présélection des meilleures copies, en tiendront compte. Les articles retenus pour la finale seront ensuite départagés par un jury réunissant des professionnels renommés.

La remise des prix aura lieu à Paris, le 26 mars 2012, en présence des membres du jury et de nombreuses personnalités. Les lauréats seront récompensés : stages professionnels et lots fournis par les partenaires, un iPad offert par **L'Hôtellerie Restauration** au vainqueur dans chacune des catégories, un abonnement au journal pour tous les lauréats, etc. Et bien sûr, les meilleurs textes seront publiés dans **L'Hôtellerie Restauration** avec le nom de l'auteur et de son établissement. ■

Attention ! Les articles doivent nous parvenir impérativement avant le 12 février 2012. **NADINE LEMOINE**

LES PARTENAIRES



TRANS GOURMET
Engagé à vos côtés



COMMENT PARTICIPER ?

• **Par courrier** : **L'Hôtellerie Restauration** - 5 rue Antoine Bourdelle - 75737 Paris Cedex 15

• **Par email** : concours@lhotellerie-restauration.fr

Des questions ? N'hésitez pas à nous joindre par mail à :

concours@lhotellerie-restauration.fr

DÉCEMBRE

2-3 décembre

Le grand tasting - Festival des meilleurs vins

Carrousel du Louvre (Paris, 1^{er})
www.grandtasting.com

2-4 décembre

Salon du chocolat, thé, café & saveurs du monde, La Rochelle 2011

Parc des expositions de La Rochelle (17)
www.parcexpo-larochelle.net

2-5 décembre

Saveurs des plaisirs gourmands : complicités gourmandes

Espace Champerret, Paris (XVII^e)
www.salon-saveurs.com

9-11 décembre

Saveurs des plaisirs gourmands : écrans gourmands pour petits et grands

Paris-Expo porte de Versailles, Paris (XV^e)
www.salon-saveurs.com

JANVIER 2012

13-15 janvier

The France Show 2012
 Earls Court Exhibition Centre
 London, SW5 9TA
www.thefranceshow.com

16 janvier

2^e Salon Vin'events
 Espace Tête d'Or, Villeurbanne (69)
www.vin-events.com

18 janvier

Forum emploi du lycée Guillaume Tirel, Paris (XIV^e)
www.lyceeguillaumetirel.fr

18-19 janvier

Ecorismo
 Parc des expositions Nantes-La

Beaujoire (44)
www.ecorismo.com

22-25 janvier

Agecotel
 Palais des expositions de Nice (06)
www.agecotel.com

25 janvier

Cadr'hôtel
 Lycée Alexandre Dumas d'Illkirch-Graffenstaden (67)
ce.067008f@ac-strasbourg.fr

25-26 janvier

Salon itinérant de la restauration collective
 Parc des expositions de Rouen (76)
www.restoco.com

25-27 janvier

Neiges étoilées - Festival international de la gastronomie
 Châtel (74)
www.chatel.com

Abonnez-vous



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

① 3 mois **10 €** 6 mois **20 €** 1 an **40 €** Durée libre **10 €**/trimestre
 (interruption sur simple demande)

② Chèque joint RIB joint Carte Bleue n°
 (à l'ordre de L'Hôtellerie Restauration) date de validité :/..... 3 derniers chiffres au dos de la carte :

③ Nom : Adresse :
 Code postal & Localité :

④ Votre e-mail pour recevoir la newsletter quotidienne :
 (vos coordonnées ne sont utilisées que par L'Hôtellerie Restauration)

Abonnez-vous par

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

Internet : www.lhotellerie-restauration.fr

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




S. PELLEGRINO[®]
SCINTILLE AVEC
BVLGARI

*Découvrez
la nouvelle édition limitée
S. Pellegrino
pour la fin d'année*



1L VC



50 cl VC

Disponible dès octobre 2011

NW M&D - RCS Nanterre 479 463 044
Visuels non contractuels