

**La TVA
à 7 %
à la loupe**

Accor enregistre
un chiffre d'affaires
**en hausse de
5,2 % en 2011**

Fafih :
rencontre avec
Didier Chastrusse
et Benoît Croiset

Trophée Rougié,
**l'ambition
d'un mini
Bocuse d'or**

L'Hôtellerie

Restauration

19 janvier 2012 N° 3273

ANNONCES CLASSÉES PAGE 12

L'HEBDO DES C.H.R. LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

TRAVAIL TEMPORAIRE

Adaptel
Interim, hôtellerie - restauration



Agence Paris Ouest
17, rue Emile Duclaux - 75015 Paris - Tél : 01 53 58 30 30 - Fax : 01 43 06 02 74

Agence de Paris Nord
40, rue de Chabrol - 75010 Paris - Tél : 01 48 24 58 58 - Fax : 01 48 24 10 68

Agence de Paris Est
6, boulevard Jules Ferry - 75011 Paris - Tél : 01 43 14 32 20 - Fax : 01 48 06 88 34

Agence de Lyon
36, avenue Berthelot - 69007 Lyon - Tél : 04 37 65 25 90 - Fax : 04 37 65 25 99

www.adaptel.fr

Restauration commerciale : 2012, année de tous les défis

Après une croissance de sa fréquentation en début d'année 2011 (+ 1,9 % au premier trimestre), la restauration commerciale a connu un ralentissement marqué aux deuxième et troisième trimestres. Elle n'affiche qu'une légère hausse de 0,6 % de janvier à septembre 2011 par rapport à la même période en 2010, selon le panel NPD Crest (panel de consommateurs interrogés 365 jours par an sur leurs visites et leurs consommations en restauration hors foyer). Néanmoins, la restauration commerciale repasse dans le positif après

deux années de recul des visites (- 1,2 % en 2009 et - 0,5 % en 2010), sans toutefois retrouver son niveau d'avant la crise de 2008. Pour 2012, de nombreux défis attendent les professionnels. Le contexte économique difficile, les pressions de plus en plus fortes - tant fiscales que réglementaires -, la demande toujours plus exigeante des clients promettent de grands débats et de nombreux combats. À commencer par le relèvement du taux réduit de TVA de 5,5 % à 7 % qui a été instauré depuis le 1^{er} janvier 2012.



Relativiser

Qui s'en souvient ? Le 26 juin 1975, l'agence de notation Standard & Poor's attribuait aux finances publiques de la France le fameux triple A, ce qui n'intéressa absolument personne à l'époque. Pas une ligne dans les gazettes et encore moins d'intervention tonitruante au JT de 20 heures. Ironie de l'histoire, c'est à partir de 1975 que l'État a affiché un budget en déficit, sans interruption jusqu'à aujourd'hui, et probablement encore pour quelques années. Aussi faut-il s'étonner des étonnements de tous ceux qui feignent de découvrir l'état calamiteux du budget de l'État et de la protection sociale. C'est la permanence de cette notation qui pourrait laisser à songer que les agences spécialisées font preuve d'une coupable complaisance. Que dirait-on d'une équipe de foot qui serait restée en première division depuis 1975 en ayant perdu tous ses matchs ? Cherchez l'erreur...

Mais il est inutile de pleurer sur le lait renversé, et mieux vaut envisager l'avenir avec des notions économiques adaptées à la dureté des temps. Triple A ou pas (à ce propos, la France est encore notée à ce niveau d'excellence par deux agences sur les trois qui font autorité), les conséquences sur l'économie réelle ne seront pas immédiatement mesurables, et la crise plus ou moins latente depuis 2008 ne se résorbera pas par des incantations d'autant plus sonores que nous sommes en campagne électorale.

Aux chefs d'entreprise de poursuivre les efforts de rationalisation qui obligent les PME comme les grandes sociétés à gérer avec une prudence renforcée la maîtrise des coûts et le financement de l'indispensable développement.

Pour la profession, il faut s'attendre inévitablement à une évolution de la demande de plus en plus exigeante face à un pouvoir d'achat soumis à rude épreuve. Les consommateurs obligés à des arbitrages renonceront à toute dépense jugée superflue ou excessive. Le renchérissement prévisible du loyer de l'argent n'incitera pas non plus à un comportement de cigale tant reproché à des pays proches de l'Hexagone.

Et si l'affaiblissement de l'euro sur le marché des changes renforcera l'attractivité touristique de la France hors de la zone euro, il entraîne également des hausses de coût importantes et ressenties négativement comme celles du carburant. Relativiser, certes, mais avec réalisme.

L. H.

En bref

Accor : chiffre d'affaires en hausse de 5,2 % en 2011

Le chiffre d'affaires 2011 du groupe Accor a progressé de 5,2 % à périmètre et change constants, soit 6,1 milliards d'euros, grâce à la progression combinée des taux d'occupation et des prix moyens sur l'ensemble des segments. Au 4^e trimestre, en données comparables, la hausse est de 3,6 %. C'est en France que l'on enregistre les plus fortes progressions de chiffre d'affaires en Europe, avec + 3,3 % sur le segment milieu et haut de gamme, et + 3,9 % sur le segment économique, en données comparables. Grâce à l'activité soutenue du 4^e trimestre, Accor confirme son objectif de résultat d'exploitation 2011, compris entre 510 et 530 M€. On notera que le groupe a atteint son plus haut niveau historique d'ouvertures avec 38 700 nouvelles chambres (318 hôtels). Il dépasse largement son objectif de développement. Cette croissance s'est effectuée pour 23 % en France, 24 % dans le reste de l'Europe et 33 % en Asie-Pacifique.

Sodexo en progression

Sodexo annonce une progression de 8,1 % de son chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2011-2012 (clos le 30 novembre 2011), soit 4,612 milliards d'euros, dont + 6,8 % de croissance interne. "Si l'environnement économique mondial reste très instable, la croissance du chiffre d'affaires pour les trois premiers mois de l'exercice 2011-2012 reflète notre dynamisme commercial et est en ligne avec nos objectifs pour l'année en cours, indique Michel Landel, directeur général de Sodexo. Cette croissance est due notamment à l'excellente performance de l'activité 'solutions de motivation' et aux efforts soutenus en 'solutions de services sur site' de nos équipes en Amérique latine, en Asie, en Australie." Sodexo confirme ses objectifs : une croissance interne du chiffre d'affaires comprise entre 5 % et 8 %. S'y ajoutent 4 % de contribution au chiffre d'affaires consolidé des acquisitions récentes (Puras do Brasil, Lenôtre et Roth Bros), et un résultat opérationnel en croissance de l'ordre de 10 %.

Après une année 2011 en dents de scie

La fréquentation dans un contexte

Restauration comm

A

près une croissance de sa fréquentation en début d'année 2011 (+ 1,9 % au premier trimestre), la restauration commerciale a connu un ralentissement marqué aux deuxième et troisième trimestres. Elle n'affiche qu'une légère hausse de 0,6 % de janvier à septembre 2011 par rapport à 2010 sur la même période, selon le panel NPD Crest (panel de consommateurs interrogés 365 jours par an sur leurs visites et leurs consommations en restauration hors foyer). Néanmoins, la restauration commerciale repasse dans le positif après deux années de recul des visites (- 1,2 % en 2009 et - 0,5 % en 2010), sans toutefois retrouver son niveau d'avant la crise de 2008. Depuis l'été 2011, la situation socio-économique s'est légèrement dégradée dans l'Hexagone et la restauration commerciale n'a pas été épargnée. "Au global, la dépense moyenne par personne pour la restauration commerciale ne progresse que très légèrement, à + 0,6 %.



Christine Tartanson, directrice de la division Foodservice de NPD Group.

Le plateau moyen des Français, qui se situe autour de 11,70 € TTC par visite, s'est ainsi davantage valorisé depuis trois ans. Pour rappel, nous étions à + 0,1 % de dépense moyenne par personne en 2010 contre - 0,5 %

en 2009", explique Christine Tartanson, directrice de la division Foodservice de NPD Group. Laurent Caraux, président du SNRTC (Syndicat national de la restauration thématique et de chaîne), estime de son côté que "le client est attentif, voire préoccupé par le prix qu'il souhaite mettre dans son repas. En majorité, les acteurs structurés du marché s'en sortent mieux que les indépendants. 2011 est une année convenable, mais ne restera pas non plus dans les annales".

2012, UNE ANNÉE D'INCERTITUDES

Les statistiques annuelles du cabinet d'études marketing NPD témoignent d'une amélioration, qui s'est progressivement dessinée courant 2011. Le total des dépenses des consommateurs, s'est érodé de 0,4 % l'an dernier, atteignant



un montant global de plus de 35 milliards d'euros, alors qu'il avait diminué de 1,7 % en 2009. Parmi leurs critères de choix d'un établissement, les consommateurs optent en premier lieu pour les notions de prix et de promotion. Selon Christine Tartanson, "les consommateurs veulent désormais se faire plaisir tout en surveillant les dépenses. Même si les clients demeurent fidèles à leurs restaurants favoris, ils sont devenus plus réceptifs aux prix pratiqués et aux offres commerciales. Ce sera l'un des leviers à prendre en compte par les restaurateurs en 2012."

De nombreux défis attendent donc les professionnels : le contexte économique difficile, les pressions de plus en plus fortes - tant fiscales que réglementaires -, la demande toujours plus exigeante des clients promettent de grands débats et de nombreux combats. À commencer par la relève du taux réduit de TVA de 5,5 % à 7 % instaurée depuis le 1^{er} janvier 2012. "Le paysage doit se clarifier pour que l'on puisse avancer. Nous allons être amenés à aborder de nombreux sujets du fait de cette hausse, notamment les rémunérations et les prix affichés à nos cartes", s'inquiète Laurent Caraux. D'où ce seul mot d'ordre : prudence ! "Nous rentrons aussi dans une année électorale, qui, généralement, n'est pas propice aux dépenses des consommateurs. Si l'on a le souci de répondre et coller à ses attentes, on traversera ces moments difficiles, ajoute le président du SNRTC avant de préciser : Pour l'ouverture d'un établissement, un restaurateur s'engage entre sept et dix ans auprès des banques. On ne peut pas lui demander de grandir sans être certain d'être dans un environnement stabilisé." HÉLÈNE BINET

la restauration commerciale a progressé de 0,6 % en 2011, quand elle reculait de 1,2 % en 2009. À l'heure des prédictions, lourd d'incertitudes, la prudence reste de mise.

Commerciale : 2012, l'année de tous les défis

CONJONCTURE : LES PATRONS DE CHAÎNES TÉMOIGNENT

Pour connaître le point de vue des grands acteurs de la restauration commerciale, **L'Hôtellerie Restauration** leur a posé deux questions : quel est votre bilan de l'année écoulée en termes de taux de fréquentation, de chiffre d'affaires et de ticket moyen ? Quelles sont vos perspectives pour 2012 malgré la crise actuelle ? Leurs réponses. **PROPOS RECUEILLIS PAR H.B.**



PHILIPPE LABBÉ PRÉSIDENT DE COURTEPAILLE

Après les baisses de prix effectuées largement par les restaurants-grills Courtepaille en juillet 2009, l'évolution des coûts de main-d'œuvre résultant, entre autres, des suppressions d'allègements et d'exonérations de charges

non prévues dans le contrat d'avenir (primes transport, fiscalisation des avantages en nature des repas offerts au personnel) nous ont conduits à des augmentations de prix que nous retrouvons dans l'évolution du ticket moyen. Celle-ci est de l'ordre de + 3 % pour 2011, mais le client paie en moyenne toujours moins qu'au premier semestre 2009. Nous avons continué à capitaliser sur l'image et la notoriété de l'enseigne avec une croissance moyenne de la fréquentation de 3 % par an depuis deux ans. Il convient toutefois de souligner sans surprise un ralentissement sur le 2^e semestre 2011 avec une croissance revenue à 1 %.

La croissance du CA HT de l'enseigne est de 8,5 % sur l'année, développement compris, mais nous sommes aujourd'hui dans l'incapacité d'estimer notre volume d'affaires 2012 compte tenu d'un environnement économique, social et surtout fiscal totalement incertain. Nous allons néanmoins continuer à investir et poursuivre notre développement pour dépasser le cap des 250 restaurants-grills en France, en particulier avec un accroissement de l'activité en franchise.



CHRISTOPHE MAUXION DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE LA BOUCHERIE

2011 est une année positive. Nous avons néanmoins ressenti une baisse de fréquentation en août et en septembre, mais c'était déjà le cas en 2010 à la même période. Le groupe a enregistré 80 M€ de CA sous enseignes, soit une progression à périmètre constant de 2 %.

Nous avons terminé l'année avec + 18 % de chiffre d'affaires. Côté fréquentation, c'est la même chose avec + 1 % à périmètre égal par rapport à 2010. Nos prix sont attractifs et nous renouvelons nos offres de produits constamment. Le ticket moyen, de l'ordre de 21 €, n'a pas baissé. Avec 83 établissements, dont 72 en France métropolitaine, le groupe La Boucherie a enregistré des résultats satisfaisants pour 2011. 2012 s'annonce riche en événements. Nous avons prévu 20 ouvertures et nous allons passer le cap des 100 établissements en

septembre prochain. Le nouveau concept du groupe, Bistrot Bœuf framboise, a ouvert ses portes début décembre à Angers - avec pour objectif de fédérer les restaurateurs indépendants. Nous comptons en ouvrir une demi-douzaine en licence de marque.

Les Français aiment la viande bovine, mais il est vrai qu'ils prennent moins le temps pour la cuisiner chez eux, à la maison. Ils seront davantage susceptibles de la commander au restaurant. On entame 2012 sereinement. Je pense que tout le monde a des craintes sur le premier trimestre - dues à la crise économique actuelle -, mais on doit pouvoir s'adapter et savoir répondre le plus justement possible à la demande de [notre] clientèle.



MICHEL MORIN PRÉSIDENT DE LÉON DE BRUXELLES

L'année écoulée a été compliquée mais reste positive. Le groupe Léon de Bruxelles a réalisé 9 ouvertures l'an dernier. Fin 2011, nous enregistrons une légère croissance d'activité

du CA à périmètre comparable de 3 %. En incluant le développement, nous sommes à + 12 % de CA. Les premier et deuxième trimestres ont été bons. Le mois d'août a été plus difficile avec une baisse de fréquentation ; mais c'était la même situation en 2010. Le quatrième trimestre était correct. Concernant le ticket moyen - 21 € -, il était conforme à nos prévisions. À ce jour, Léon de Bruxelles possède 66 établissements.

2012 ? Difficile de savoir comment cela va se passer. En ce début d'année, c'est un énorme point d'interrogation, notamment en raison de l'augmentation de la TVA, qui entraînera peut-être une baisse de fréquentation dans nos établissements. Alors oui, il faut rester sur ses gardes. Pour 2012, nous avons 3 ouvertures programmées : Auxerre, Rouen et une franchise à Londres (la première en Angleterre). Nous allons poursuivre notre stratégie et ouvrir 3 à 5 restaurants par an pour mailler le territoire. Afin de passer le cap des 100 établissements en 2017/2018.



LAURENT CARAUX PRÉSIDENT DU SNRTC ET D'EL RANCHO

En 2011, dans un marché difficile, El Rancho a tiré son épingle du jeu, en réalisant un volume d'affaires de 38,3 M€, en progression de 9,54 %

par rapport à l'année précédente et de 5,64 % si l'on observe son évolution à surface comparable. Le ticket moyen, à 20,80 €,

est en progression de 2 %. 2010 avait été fortement impactée par la Coupe du monde de football et par un mois de décembre perturbé par les intempéries neigeuses. En 2011, l'enseigne - qui possède 27 restaurants - est restée particulièrement vigilante pour offrir des prestations à des prix étudiés, constatant que, dans un environnement de crise, les consommateurs y sont attentifs. Depuis la rentrée, nous ressentons, surtout en régions, une plus grande sensibilité au prix.

Si l'année 2012 s'annonce pleine de doutes, El Rancho compte poursuivre un développement porté par une stratégie d'ouvertures régulières, sans oublier le renouvellement par petites touches de son concept. L'année sera notamment marquée par la célébration des 20 ans de l'enseigne.



JEAN-FRANÇOIS SAUTEREAU PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DE BUFFALO GRILL

Le ticket moyen est resté stable en 2011, reflétant les efforts permanents sur les offres et les prix. Avec 28 % des ventes réalisées avec un ticket moyen inférieur à 15 €, Buffalo Grill conforte

son statut de restaurant thématique le plus accessible du marché. Parallèlement, le développement de l'offre premium en charolais a permis de consolider le segment des tickets moyens de plus de 25 € à 16 % des ventes. Le groupe Buffalo Grill représente désormais un CA TTC de 616 M€, dont 444 M€ TTC en propre et 172 M€ en franchise. Alors que l'année a été marquée par des fluctuations fortes, le niveau de fréquentation reste stable sur l'ensemble des 326 restaurants avec une moyenne de 270 couverts par jour soit plus de 31,5 millions de repas servis.

Avec un positionnement solide qui lui permet de résister aux intempéries, le groupe Buffalo Grill poursuivra ses efforts de consolidation et de développement. L'ouverture de 4 nouveaux restaurants sur la thématique du Grand Ouest américain est confirmée. La rénovation de 15 restaurants est également programmée sur le réseau. Le plan de développement de nouveaux services auprès des consommateurs va se poursuivre. L'année 2012 sera une année de consolidation du réseau dans une croissance maîtrisée, en France et à l'international.

Les salariés réservent leur signature

L'ensemble des organisations patronales ont proposé une grille revalorisant, en moyenne, les salaires de 2 %. Mais faute de consensus sur le versement de la prime TVA, les syndicats de salariés réservent leur signature et en appellent à Frédéric Lefebvre pour que les engagements en matière sociale soient respectés.

Pas d'accord sur la prime TVA

J eudi 12 janvier, les partenaires sociaux se sont retrouvés pour négocier la grille de salaire applicable à la branche des HCR suite à la revalorisation du taux horaire du smic. Ils devaient aussi, et surtout, convenir du devenir de la prime TVA qui, en vertu de l'accord du 15 décembre 2009, devrait être supprimée en raison du relèvement à 7 % du taux réduit de TVA. Une fois n'est pas coutume, c'est un front patronal uni (CPIH, GNC, Fagih, SNRTC, Synhorcat et Umih) qui a proposé une revalorisation de la grille de salaire de l'ordre de 2 %, avec un salaire minimum supérieur de 1 % au taux horaire du smic, fixant ainsi l'échelon 1 du niveau I à 9,31 €. Mais pour signer cette grille de salaire qu'ils jugent insuffisante, car elle tasse les écarts entre le niveau I et le niveau II, les syndicats de salariés demandent que le versement de la prime TVA soit garanti pour le 1^{er} juillet 2012. De leur côté, les organisations patronales refusent de s'engager et souhaitent reporter les débats à la prochaine commission mixte paritaire, qui se tiendra le 1^{er} mars.

La grille de salaire, ratifiée par toutes les organisations patronales, est soumise à la signature des salariés pendant huit jours. L'Umih et le GNC précisent qu'elle "souligne la volonté de valoriser particulièrement les emplois de niveau intermédiaire et qualifiés." Ces syndicats "s'engagent dès à présent à négocier le 1^{er} mars prochain les termes d'une nouvelle prime qui se substituerait à la prime TVA qui était liée au maintien du taux de 5,5%." À la CPIH, on indique que "compte tenu du bilan économique en demi-teinte, du nombre d'entreprises fragilisées, de l'augmentation du taux de TVA à 7 %, des rumeurs de TVA sociale et de l'actualité économique, nous souhaitons poursuivre le débat avec de réels éclaircissements". Elle formule aussi le souhait d'un report du débat, pour se donner le temps d'une négociation sereine.

Pour **Laurent Caraux**, président du SNRTC, "offrir une grille de salaire avec une revalorisation générale de 2 %, dans la conjoncture actuelle, constitue un effort conséquent pour le collège patronal". Ce dernier ne comprend pas

le blocage des syndicats de salariés. "Nous étions prêts à garantir 50 % de la prime TVA due pour les six derniers mois de l'année 2011 et à se retrouver en mars pour négocier la prime du 1^{er} juillet 2012."

Didier Chenet, président du Synhorcat, se félicite de la signature d'une grille de salaire commune à toutes les organisations patronales. Il rappelle que le collège patronal souhaite avoir une visibilité claire sur la TVA sociale et son absence de répercussions sur la fiscalité du secteur, en particulier le taux réduit de 7 % qui s'applique à toutes les formes de restauration.

Quant à **Claude Daumas**, président de la Fagih, il se rallie à cette unité patronale tout en considérant que la

prime TVA est due aux salariés, dans la mesure où la profession continue à bénéficier du taux réduit de TVA. D'ailleurs, il donne comme consigne à ses adhérents de payer cette prime à la fin de la saison hivernale. L'ensemble des syndicats de salariés, réunis en intersyndicale, ont déclaré mardi 17 janvier qu'ils réservaient leur signature sur la grille de salaire. Ils souhaitent rencontrer au plus vite le ministre de tutelle, **Frédéric Lefebvre**, pour lui rappeler l'engagement des organisations patronales de maintenir les contreparties au contrat d'avenir et notamment la prime TVA si le Gouvernement appliquait le relèvement du taux de TVA à 7 % à toutes les formes de restauration. **PASCALLE CARBILLET**

LA GRILLE DE SALAIRE PROPOSÉE PAR LE COLLÈGE PATRONAL

	Niveau I	Niveau II	Niveau III	Niveau IV	Niveau V
Échelon 1	9,31 €	9,59 €	10,06 €	10,64 €	12,58 €
Échelon 2	9,35 €	9,72 €	10,15 €	10,82 €	14,66 €
Échelon 3	9,46 €	10,00 €	10,37 €	-	17,93 €

Tensions sur le marché des transactions

L'institut DTZ et le cabinet HVS publient chacun une étude modérément optimiste pour l'année.

Des perspectives de croissance mesurées pour l'immobilier hôtelier en 2012

E n dépit de la crise économique, le marché de l'hôtellerie se porte bien, d'après le groupe DTZ. Deux indicateurs le prouvent : l'amélioration des taux d'occupation (autour de 65 %) et la reprise des prix moyens (89 € en 2011). Alors que les Français représentent les deux tiers de la clientèle totale des hôtels, les étrangers seraient en augmentation de 3 %. La tendance haussière se traduit également du côté des investissements. Après avoir été touché par la crise en 2009 avec 663 M€ d'investissements seulement, le marché s'est bien redressé en 2011, ce qui s'est traduit par 1,6 milliard d'euros d'investissements. Six transactions de plus de 100 M€ ont largement contribué à cette performance. DTZ estime que l'arrivée de nouveaux investisseurs va doper le marché des transactions : "Les actifs hôteliers situés en centre-ville et loués sur une longue période à un opérateur national constitueront en 2012 un type d'investissement défensif, donc attractif, que ce soit pour les investisseurs privés type 'family office' ou des investisseurs nationaux, via des véhicules financiers type OPCI [organisme de placement collectif immobilier, NDLR]", explique **Jean-Philippe Carmarans**, p.-d.g. de DTZ.

OPTIMISME MESURÉ CHEZ HVS

Le bureau d'étude londonien HVS publie de son côté une enquête sur les tendances de l'investissement

“ Le marché s'est bien redressé en 2011, avec 1,6 milliard d'euros d'investissements. ”

du marché français en 2012. Il en ressort que si la moitié des personnes interrogées estiment que le taux d'occupation va augmenter en 2012, ils sont 40 % à penser qu'il va baisser. En clair, si le volume d'affaires est prévu à la hausse, il n'aura que peu d'impact sur les bénéfices, ceux-ci restant pénalisés par des charges très lourdes. Le marché des transactions reste également incertain, en dépit de la présence de taux d'intérêts peu élevés. Car les banques prêtent toujours difficilement, et la situation ne devrait pas s'améliorer de ce côté en 2012.

Pour ceux qui envisagent d'emprunter en 2012, les opérations concernent essentiellement la renégociation de la dette, ou une nouvelle acquisition. En revanche, les opérateurs n'envisagent pas d'augmenter les enveloppes pour les rénovations des actifs existants, dont la valeur ne devrait pas augmenter au cours des deux prochaines années, d'après la majorité des personnes interrogées. Quant au marché des transactions, la plupart d'entre eux estiment que leur volume va augmenter en 2012, mais aussi la durée de leur transaction, signe d'une certaine tension entre acheteurs et vendeurs. **EVELYNE DE BAST**



“Nous restons dans l’humain”

Le Fafih, organisme paritaire collecteur agréé (OPCA) de l’hôtellerie, de la restauration et des activités de loisirs, s’est doté en 2012 d’une nouvelle direction. Didier Chastrusse, du collège salarié, en est désormais président et Bruno Croiset, du collège employeur, vice-président.

Rencontre avec Didier Chastrusse et Bruno Croiset, nouveaux président et vice-président du Fafih



Didier Chastrusse (à g.) et Bruno Croiset.

L’Hôtellerie Restauration : Comment résumeriez-vous le Fafih ?

Didier Chastrusse : C’est la formation du plus grand nombre et des dispositifs qui collent aux attentes des entreprises du secteur.

Bruno Croiset : C’est un outil au service de la branche, composé d’hommes et de femmes. Nous restons dans l’humain. C’est une filière véritablement dédiée à l’insertion professionnelle, qui passe par la formation initiale et la formation continue.

D. C. : Nous sommes aussi, et je crois que c’est important de le souligner, dans la transmission du savoir. Tout le monde est partie prenante, que l’on

soit tuteur, salarié, patron... La France est la première destination touristique au monde et elle a besoin de personnel qualifié pour maintenir sa place. La formation est synonyme de qualité.

B. C. : Le Fafih est un OPCA qui s’est professionnalisé, qui a su s’implanter localement et qui est très proche effectivement du terrain.

Comment allez-vous travailler ?

D. C. : En binôme. Nous sommes élus pour un mandat de trois ans et nous devons impérativement préserver cette institution. Elle bénéficie d’un paritarisme qui est extrêmement intéressant.

Bruno Croiset, vous êtes du Groupement national des chaînes (GNC). Comment vous situez-vous plus particulièrement ?

B. C. : Je ne vais pas vous répondre parce que - et c’est l’essence même du Fafih - nous sommes au service de l’ensemble de la branche et nous ne mettons pas en avant notre appartenance à telle ou telle organisation. Celle-ci s’efface au profit de notre mission. Nous sommes au service de l’ensemble des salariés et à l’écoute de toutes les entreprises. Il faut que tout le monde puisse être satisfait des dispositifs et du travail accompli.

D. C. : Il s’agit de l’intérêt commun.

Les OPCA sont soumis à de nouvelles règles à partir de 2012. Comment voyez-vous l’avenir ?

D. C. : Nous sommes effectivement, depuis le 1^{er} janvier, soumis à l’application des contrats d’objectifs et de moyens. Le contexte est d’autant plus compliqué que nous devons maintenir notre niveau d’actions avec un budget à la baisse. Faire aussi bien mais avec moins... C’est ce que l’on nous demande, quelque part... Nous devons aller au plus près du terrain pour comprendre son évolution et apporter des solutions concrètes. Cela demande du temps et des moyens financiers. L’équation n’est pas facile.

B. C. : Concernant les dispositifs, les certificats de qualification professionnelle (CQP) et la validation des acquis de l’expérience (VAE) sont et restent prioritaires pour le Fafih. Il y a aussi les actions collectives pour les TPE. On peut y ajouter tout ce qui va en faveur des demandeurs d’emploi. Nous allons aussi devoir mettre en place le nouveau plan comptable. 2012 est une année de transition pour le Fafih avec une nouvelle présidence et une nouvelle génération d’OPCA qui va se construire. Le panorama de la formation va évoluer et nous ne devons pas nous tromper. Nous allons aussi, en tant que nouveaux président

et vice-président, aller à la rencontre des centres régionaux permanents d’entraînement et de formation dont un certain nombre ont aussi changé de président.

Où en est-on de la préparation opérationnelle à l’emploi collective ?

D. C. : Nous avions prévu 200 places en 2011 et nous en sommes à 483 très exactement... Cette mesure répond à une population démunie d’expériences. Elle s’adresse principalement aux jeunes et peut permettre de leur remettre le pied à l’étrier. C’est une bonne chose et nous allons tout faire pour que l’ensemble des formations soit réalisé, sachant, comme je viens de vous le dire, que nous avons plus que doublé les prévisions.

B. C. : On remarquera ici une réactivité très forte des centres de formation partenaires de nos réseaux.

Vos vœux pour cette année qui commence ?

D. C. et B. C. : Nous espérons également que les branches voisines rejoindront notre OPCA. Il est essentiel d’être rassemblés pour avancer dans les meilleures conditions. D’autre part, le Fafih doit être le premier interlocuteur permettant, par la formation, de ramener des jeunes à l’emploi.

“La drogue est l’ennemi absolu”

La concertation entre représentants des professionnels du monde de la nuit et de la préfecture a permis de dégager des objectifs communs et des projets d’action cohérents.

Umih Rhône : la réunion sur la nuit avec le préfet porte ses fruits

Satisfaction pour le syndicat du Rhône. “Nous sommes face à un préfet qui est à l’écoute. Nous avons un objectif commun de lutte contre la drogue et des attentes similaires : des établissements qui doivent être coopératifs et une communication objective entre les forces de l’ordre et la préfecture”, confiait le président de l’Umih 69, également président national la Fédération française de l’hôtellerie, **Laurent Duc**, à l’issue d’une rencontre, à Lyon, avec **Jean-François Carencio**, préfet de Rhône-Alpes, de la zone de défense et de sécurité Sud-Est et préfet du Rhône. Pour ce dernier, “la concertation doit se renouveler” : “Une ville comme Lyon doit avoir une vie la nuit.” Il affirmait aussi que “la drogue est l’ennemi absolu. Il faut continuer le processus mis en place pour combattre les auteurs de ces trafics. Je veux considérer que les établissements de nuit sont victimes de ces trafiquants”. De son côté, **Jean-Pierre Cazenave-Lacrouts**, préfet délégué pour la défense et la sécurité, soulignait l’objectif de tranquillité publique. Et faisait allusion aux événements de décembre 2011 en souhaitant que “le respect du principe de non-concurrence entre les établissements et une concertation indispensable entre ces derniers soient durablement instaurés, afin que la préfecture ne joue pas seulement un rôle d’arbitre”.



En décembre, une discothèque lyonnaise avait fait annuler les dérogations tardives, sans se préoccuper des conséquences négatives pour les BAM (bars à ambiance musicale). Le préfet Jean-François Carencio avait alors promulgué un arrêté provisoire et un autre devrait être pris prochainement.

‘DANS MA BOÎTE, NO DEALER’

Pierre Chambon, vice-président de l’Umih Rhône, en charge des établissements de nuit, réaffirmait l’engagement des professionnels contre la drogue et la future campagne d’affichage présentée en réunion : ‘Dans ma boîte, no dealer’. “Nous avons demandé

Le préfet du Rhône **Jean-François Carencio** recevait, en présence du préfet de police **Jean-Pierre Cazenave-Lacrouts** et de **Patrick Poquet**, directeur de la sécurité et de la protection civile, **Laurent Duc** (au centre) et **Pierre Chambon**, mais aussi les vice-président, secrétaire et trésorier de l’association Sauvez la nuit, **Marc Chabert**, **Vincent Covolo** et **Thierry Lahon**.

au préfet, lors de cet échange, de pouvoir travailler avec des spécialistes de la drogue pour que les professionnels de la nuit puissent repérer les comportements suspects. La coopération est importante, la drogue signifie fermeture administrative”, ajoutait **Thierry Lahon**, secrétaire de l’association Sauvez la nuit à l’issue de l’échange. Il rapportait également le problème de désaccords entre syndicats qui doivent être réglés impérativement avant ces rencontres. Et aussi la possibilité d’une campagne de ‘chuteurs’, à l’instar de celle qui a été mise en place à Marseille, pour inciter les clients noctambules à rester silencieux en sortant des clubs et bars. Un rendez-vous réunissant à nouveau le préfet, les représentants de l’Umih 69 et de Sauvez la nuit est programmé le 26 janvier pour plancher sur les fermetures et poursuivre le dialogue entamé.

SOPHIE SENTY

6 L'actualité

Présidé par Jacques et Laurent Pourcel

Agecotel fête ses 25 ans

Plus de 200 exposants sont attendus à Nice du 22 au 25 janvier pour cette nouvelle édition du salon.

Agecotel, l'un des grands salons professionnels de l'hôtellerie et de la restauration, fêtera ses 25 ans du 22 au 25 janvier au palais des expositions de Nice. Cette édition est particulièrement attendue et a été préparée avec soin par ses dirigeants, **Frédéric Jourdan-Gassin** et **Paul Obadia**, respectivement président et directeur général. Le cru 2012 est parrainé par **Jacques et Laurent Pourcel**, qui succèdent à **Joël Robuchon**. Cet Agecotel 'anti-crise', vitrine des actions, produits, initiatives et cuisines du Grand Sud, doit rassembler plus de 200 exposants (alimentaire et équipements) et accueillir environ 15 000 visiteurs en quatre jours.

AUTOUR DE LA MÉDITERRANÉE

Le programme du salon, dont le thème principal est la Méditerranée, les produits et les cuisines de la mer, est riche en démonstrations, conférences et concours. La coupe du monde des écaillers, également présidée par les frères Pourcel, réservée à 24 professionnels et coordonnée par **Marcel Lesoille**, son créateur et organisateur technique, se déroulera le 22 janvier devant un jury présidé par **Max Bourgeois**, vainqueur de la Perle d'or en 2008. Le grand concours Neptune d'or Côte d'Azur se tiendra le lendemain. Douze



205 exposants sur 12 000 m² sont attendus au palais des expositions de Nice.

candidats se présenteront devant un jury composé de chefs étoilés et de journalistes et présidé par **Pascal Garrigues**, vainqueur de l'édition 2010. Les concours, dont l'espace est animé par la journaliste **Carinne Teyssandier**, s'enchaîneront sur trois jours, tel le trophée national de cuisine Francis Trocellier ou le 2^e concours culinaire bio La Main d'or au féminin, destiné aux élèves d'écoles et lycées hôteliers.

TEMPS FORTS

Trois nouveautés sont proposées au menu de cette édition. Le 1^{er} trophée des Délices de la Méditerranée, réservé aux pâtisseries, réalisé en partenariat avec la ville de Menton et les cafés Malongo, sera présidé par **Yves Thuriès** et réunira six candidats sur le thème du citron. Risottomania est lui né de l'imagination du journaliste **Gérard Bernar**, du site www.email-gourmand.com et est présidé par **Stéphane Rimbault**. Enfin, le premier concours international des vins de gastronomie est organisé par l'œnologue **Régine Le Coz** et le sommelier **Gérard Milardi**. Le programme des animations a aussi ses temps forts grâce à l'espace chefs imaginé par **Jean-Denis Rieubland**, chef MOF du Chantecler (Hôtel Negresco, à Nice). Toutes les heures, un chef assurera des démonstrations : **Édouard Loubet**, **Sébastien Chambru**, **Joël Garault**, **Stéphanie Le Quellec**, **Marcel Ravin**, **Didier Aniès**, **Denis Fétisson**,

Luc Debove, **Lyes Abidi**, **Émilien Windels**... Le salon accueille également des innovations en matière d'hébergement avec **Nicole Spitz**, présidente du MOF gouvernantes des services hôteliers, et des démonstrations de l'Académie nationale de cuisine. Enfin, au restaurant gastronomique dirigé par **Jean-Claude Guillon**, le plat principal sera réalisé chaque jour par un chef différent : **Francis Scordel**, **Michel Devillers**, **Christian Morisset**, **Didier Aniès**.

JACQUES GANTIÉ



Frédéric Jourdan-Gassin, **Dominique Estève-Bazzini**, conseillère municipale déléguée au tourisme, **Jacques Pourcel** et **Paul Obadia** lors de la présentation de l'édition 2012.

PAUL OBADIA : "UNE MANIFESTATION SANS GIGANTISME, CONVIVIALE ET DE PROXIMITÉ"

Le directeur général d'Agecotel revient sur les caractéristiques de l'édition 2012.

PROPOS RECUEILLIS PAR J. G.

"En préparant cette édition, j'étais un peu inquiet sur la bonne tenue d'Agecotel, en grande partie bien sûr en raison de la conjoncture économique. Mais avec 205 participants répartis sur 12 000 m², avec des stands de 9 à 100 m², contre 160 à 170 lors des précédentes éditions, nous avons largement dépassé nos objectifs. Nous avons même refusé du monde et [de nouveaux exposants] nous ont rejoints. C'est le cas de Metro, présent à nos débuts, dont c'est le grand retour à nos côtés. Agecotel est devenu incontournable. Il est un baromètre, une vitrine de créations et d'innovations, mais il a surtout une identité. C'est une

manifestation sans gigantisme, conviviale et de proximité, où l'on peut prendre le temps de conclure ventes, accords, projets ou partenariats, de se rencontrer et de se parler, ce qui est fondamental dans ces métiers. Une autre raison de notre succès tient à la bonne santé du secteur de la restauration constatée dans notre région en 2011. Or, la région Paca représente 80 % de notre clientèle, dont 50 % pour les Alpes-Maritimes. Quand on se porte bien, on investit ; et cette édition en apportera la preuve, dans le secteur de l'équipement comme dans celui des métiers de bouche, avec un bon équilibre entre chaque activité : restauration - 38 % - ,

hôtellerie - 13 % - , distributeurs, grossistes, importateurs, traiteurs, artisans, organismes de formation... En outre, les cinq concours de haut niveau - au total, onze sont organisés - , de même que l'espace chefs animé par **Jean-Denis Rieubland**, qui accueillera 33 chefs en quatre jours, renforcent notre image et sont l'âme de ce salon. Des stands sont déjà réservés pour 2014 et nous prévoyons même de nous agrandir au sein du palais des expositions de Nice. Enfin, il y a nos 'parrains' et présidents d'honneur : **Jacques et Laurent Pourcel** nous apportent cette année leur ouverture au monde, une crédibilité accrue et leur sens de la Méditerranée."

MARCEL LESOILLE : "L'ÉCAILLER PARTICIPE DE L'IMAGE D'UN ÉTABLISSEMENT"

À l'occasion d'Agecotel, aura lieu la 1^{re} coupe du monde des écaillers. Le champion et recordman du monde d'ouvertures d'huîtres creuses, **Marcel Lesoille**, évoque les spécificités du métier d'écailler. PROPOS RECUEILLIS PAR HÉLÈNE BINET

Écailler est un métier encore méconnu... Pourquoi le conseilleriez-vous ?

N'étant pas reconnu d'État, ce métier est mal classé dans le domaine de l'hôtellerie-restauration. Certains responsables en profitent pour le sous-évaluer. Pourtant, il participe de l'image d'un établissement. S'il était valorisé, bien structuré, notamment au niveau national, il pourrait être apprécié des jeunes.

Il n'y a pas de formation pour devenir écailler. Comment procéder ?

Il y a eu des essais avec certaines sections conchylicoles régionales, à Marennes, par exemple. La confédération des poissonniers à Rungis propose également des stages. La seule voie à ce jour est une formation complémentaire au métier de poissonnier, intitulée poissonnier-écailler.

Y a-t-il des concours ?

Oui. Il y a le championnat de France, organisé par le Comité national de la conchyliculture, et le concours du Sirha-Bocuse d'or, organisé par le Syndicat des poissonniers de Rhône-Alpes. En parallèle, il y a le record du monde d'ouverture huîtres creuses en une heure. D'autres concours sont organisés sur le littoral en été. Un championnat du monde de l'huître plate est organisé en Irlande. La grande nouveauté, c'est la première coupe du monde des écaillers qui verra le jour lors du salon Agecotel.

Restauration

Un mini Bocuse d'or

Sarlat (24) Le week-end dernier, l'auditorium du centre des congrès était plein à craquer pour assister au concours culinaire remporté par l'équipe parisienne élève-professeur de l'École supérieure de cuisine française Grégoire Ferrandi.

Alexis Hennuyer et Benoît Nicolas, duo gagnant du trophée Jean Rougié 2012

L'Académie culinaire du foie gras, née de la volonté commune de la ville de Sarlat (24), des foies gras Rougié et de la maison Pébeyre, spécialisée dans le négoce de la truffe, a rempli son contrat pour la troisième année consécutive en organisant un week-end dédié à la gastronomie, les 14 et 15 janvier, dans la capitale du Périgord noir. Dégustations, démonstrations et le concours Jean Rougié du foie gras et de la truffe en point d'orgue : en bref, un mini Bocuse d'or qui monte en puissance. Il y avait les box, le public et le jury présidé par **Yannick Alléno** (3 étoiles au Meurice à Paris, 2 étoiles au Cheval blanc à Courchevel, Bocuse d'argent 1999) et composé de chefs lauréats du Bocuse d'or - car Sarlat accueillait en parallèle l'assemblée générale de la Bocuse d'or Winner's Academy -, MOF et étoilés : **Maxime Lebrun, Roland Debuyst, Serge Vieira, Tommy Myllymäki, Jacky Fréon, Geir Skeie, Michel Roth, François Adamski, Bent Stiansen, Jens Peter Kolbeck, Fabrice Prochasson, Patrick Jaros et Vincent Lucas**. Toujours sous la responsabilité de **Jean-Luc Danjou**, organisateur du concours et directeur des formations de l'École du foie gras Rougié de Pau (64). Pour les 8 finalistes, élèves de terminale bac pro, brevet professionnel ou étudiants de BTS (option cuisine) en formation, en lycée hôtelier ou CFA, les conditions étaient réunies pour vivre un moment dont ils se souviendront longtemps. Belle spécificité du concours, les jeunes sont en duo avec leur professeur. *"Ils font un travail remarquable et sont toujours dans l'ombre. Ce concours les met en avant et on a vu la cohésion que cela créait. Ça, c'est beau !",* déclare Yannick Alléno. *La Bocuse d'or Winner's Academy a toujours envie de soutenir les concours destinés aux jeunes. Nous sommes d'ailleurs à l'origine du prix du commis au Bocuse d'or. On est là pour leur dire que l'on peut prendre du plaisir en participant à des concours, en s'exposant, comme on le fait à chaque service. Ça fait partie du métier ! Et on a assisté à une très belle édition."*

Le matin, les jeunes doivent réaliser une chartreuse en deux heures et quart, puis répondre à un questionnaire sur le foie gras et les truffes qui peut leur permettre de gagner un bonus de temps. L'après-midi, les candidats et leur professeur

découvrent le panier du plat chaud. Ils ont alors dix minutes pour déterminer ce qu'ils veulent en faire. Le finaliste intègre son box et n'a plus de contact avec son 'binôme'. Ils se retrouvent ensuite sur le devant de la scène : le professeur découpe la chartreuse et dresse le plat froid tandis que l'élève s'occupe du plat chaud. Le tout toujours devant le public et diffusé sur grand écran. *"Commencer sa vie de concours dans des conditions 'bocusiennes', en public, avec les contraintes*

PALMARÈS

Lauréat : **Alexis Hennuyer**, école Grégoire Ferrandi à Paris, et son professeur **Benoît Nicolas** ;
2^e prix : **Romain Guyot**, lycée technique hôtelier de Gascogne à Talence, et son professeur **Lionel Beylat** ;
3^e prix : **Théo Fernandez**, lycée technique hôtelier d'Occitanie à Toulouse, et son professeur **Laurent Massonié**.
4^e ex aequo : **Yohan Martegoute**, LEPH Quercy-Périgord de Souillac, et **Fabrice Cambonie** ; **Guillaume Daguts**, lycée hôtelier de Marseille, et **Jean-Luc Rouyer** ; **Anne-Lise Denis**, lycée technique hôtelier de Blois, et **François Guionie**.

Prix spécial chartreuse plat froid : **Frédéric Pouilly**, lycée hôtelier du Touquet, et son professeur **Jérôme Dubois**.

Prix spécial plat chaud : **Mathieu Pérou**, lycée Nicolas Appert à Orvault, et son professeur **Marc Fourcadet**.



À gauche, **Yannick Alléno**, président du jury, et Benoît Nicolas, le professeur (le trophée entre les mains) et son élève **Alexis Hennuyer**.

d'organisation, de respect des règles d'hygiène... c'est très formateur pour les jeunes. Ce concours renvoie ce que doit être l'image d'excellence de la profession", ajoute Yannick Alléno. À l'image du plat froid du duo vainqueur : Chartreuse chemisée de larmes de betterave, artichaut et truffe garnie d'escalopes de foie gras pochées au bouillon de café, de suprêmes de pigeon fumés, d'artichaut, de truffe et de betteraves, le tout collé à la gelée.

UNE BELLE SOLIDARITÉ ÉLÈVE-PROFESSEUR-MAÎTRE DE STAGE

Côté vainqueurs, la motivation ne manquait pas. *"Je voulais voir où je me situais après deux ans de cuisine,* confie **Alexis Hennuyer**, qui va entamer sa 2^e année à l'École supérieure de cuisine française Grégoire Ferrandi à Paris.

Je viens de faire un stage de six mois chez Vincent Arnoult, chef étoilé du Vieux Logis à Trémolat, MOF 2007 et lauréat du prix Taïttinger. Je lui ai demandé de m'aider à préparer un concours. Il m'a conseillé le trophée Rougié. Mon professeur référent, Benoît Nicolas, a accepté de le faire avec moi. Comme j'étais à Trémolat et non à Paris, Vincent Arnoult m'a coaché. Mais j'étais en liaison avec mon professeur pour échauffer différentes stratégies et tester les paniers imaginés par Vincent Arnoult." Benoît Nicolas gardera la découverte du panier en mémoire : *"Nous [en] avons pris connaissance sur une simple feuille. Sans voir les produits. Or quand on les voit, cela donne des idées. J'avoue que sur le coup, cela nous a déstabilisés, puis on s'est repris. Je suis content car Alexis a fait un plat de cuisinier. Ce qu'on voyait était gourmand et à la dégustation, cela l'était aussi. Quant à notre participation en tant que professeur, le découpage et le dressage, ce n'est pas si facile car on touche à un travail qui n'est pas le nôtre. On a dix minutes. C'est très court finalement et très intense."* Alexis Hennuyer et Benoît Nicolas ont soulevé avec bonheur l'oe d'argent du trophée Jean Rougié. Pour Vincent Arnoult aussi, la récompense est une immense satisfaction : *"J'attends que les jeunes me prouvent qu'ils en veulent. Dans ce cas, je les soutiens avec plaisir. Alexis a beaucoup travaillé. Franchement, ce concours est vraiment un mini Bocuse d'or et, s'il avait existé quand j'étais en formation, j'y serai allé en courant."*

NADINE LEMOINE



Sous la pression des caméras, dressage des plats en duo : **Alexis Hennuyer** (à gauche) et son professeur **Benoît Nicolas**.

8 Restauration

“Ne jamais être à court d'idées”

Toulouse (31) À 25 ans, le jeune espoir de la gastronomie toulousaine trace son chemin deux ans après l'ouverture de son restaurant Py-R.

Pierre Lambinon : le pas mesuré d'un jeune homme pressé

Le succès n'a pas transformé **Pierre Lambinon**, l'étoile montante de la gastronomie toulousaine. Deux ans après l'ouverture, Py-R affiche complet. Une réussite qui le satisfait tout autant qu'elle l'intrigue. “Parfois je doute. Au moment de l'envoi, je m'interroge sur les cuissons, les assaisonnements.”

À 25 ans, ce jeune homme pressé n'est pas un fan de la technique à outrance. “Lever un filet de poisson, cela s'apprend ; avoir le souci du détail,



“Travailler sur le goût est une évidence”, lance **Pierre Lambinon**.

c'est important mais cela ne signifie pas être cuisinier. L'essentiel, c'est de ne jamais être à court d'idées, d'être en harmonie avec soi-même. Travailler au gramme près, cela ne m'intéresse pas”,

dit-il. Pierre Lambinon aime les intitulés qui annoncent les saisons comme “Les mandarines arrivent”,

“Préparons l'hiver”. L'œuf est sur toutes ses cartes depuis l'ouverture. “J'en ai une quarantaine de versions. Travailler sur le goût est une évidence.”

“CONSTRUIRE AVEC LES AUTRES”

Il a commencé avec un pâtissier et un serveur. Aujourd'hui, ils sont 5 en cuisine, 4 en salle. La cuisine s'élabore dans l'enthousiasme, ce qui n'exclut ni la rigueur ni le stress. “J'ai envie de construire avec les autres, de constituer une équipe”, dit-il. Ses proches collaborateurs, **Marine** et **Bertrand**, ont 28 ans. La salle est dirigée par son

frère, **Clément**, 28 ans, et **Anthony**, 29 ans. Sans oublier **Boris**, le sommelier, 20 ans, **Elliot** et **Paul**, les commis, âgés de 19 ans.

Pierre Lambinon parle avec admiration de **Franck Cerutti** qu'il a connu au Louis XV, de **Pierre Gagnaire**, pour “l'intensité qu'il dégage”. “Il y en a qui deviennent cuisiniers, d'autres qui naissent cuisiniers. Avec un rien, ils refont le monde.” **BERNARD DEGIOANNI**

Py-R • 19 rue des Paradoux
• 31000 Toulouse • Tél. : 05 61 25 51 52
• www.py-r.com

En bref

Alloresto.fr et Just Eat vont coopérer en France

Alloresto.fr, leader français de la restauration livrée à domicile avec commande en ligne (3,2 millions de repas en 2011), annonce la signature d'une joint-venture avec Just Eat, le leader mondial du secteur. Cet accord va permettre à Just Eat d'entrer sur le marché français et à alloresto.fr de se développer. Fondé en 1998 par **Sébastien Forest**, alloresto.fr a connu ces dernières années une forte croissance avec une hausse de son chiffre d'affaires de 47,95 % au 3^e trimestre 2011. D'ici à 2015, Just-Eat injectera plus de 20 M€ dans ce partenariat dont les rênes seront tenues par Sébastien Forest. Cet accord va aussi permettre à Just Eat de renforcer son statut de leader mondial. Le site basé à Londres travaille avec 20 000 restaurants partenaires avec près de 100 000 repas commandés chaque jour.

“Tout vaut le coup ici”

Dans le cadre de sa nouvelle émission culinaire sur M6, Le Chef en France, Cyril Lignac vient de passer dix jours à la Réunion. L'occasion de mettre en valeur les richesses culinaires de l'île et son terroir.

Cyril Lignac en tournage à la Réunion

Toujours en quête de saveurs et de terroirs pour sa nouvelle émission sur M6, **Cyril Lignac** est visiblement tombé sous le charme de l'île de la Réunion. “La cuisine comme les gens... tout vaut le coup ici. J'ai adoré !” Le chef, originaire de l'Aveyron, s'est initié à la gastronomie de ce petit caillou volcanique de l'océan Indien.

Il en a profité pour cueillir des litchis, de la vanille et des ananas Victoria.

“UNE CUISINE MÉTISSÉE”

“La cuisine réunionnaise est une cuisine de maman, épicée, gourmande, métissée, à l'image de ses habitants. J'ai aimé le cari, le rougail, notamment

le rougail saucisses”, explique Cyril Lignac, qui a sillonné l'île à grand spectacle en passant par la plaine des Sables, le volcan du Piton de la Fournaise et le marché de Saint-Pierre. Son regard sur certains produits a évolué : “Je ne savais pas que la vanille [fraîche] était une sorte de haricot vert. Je criais lorsque je voyais le prix du kilo de litchis, mais maintenant, j'ai un respect pour ces gens qui grimpent dans les arbres pour les cueillir.” Avec des souvenirs marquants : “J'ai bu le café Bourbon pointu qu'un monsieur a torréfié devant moi. J'ai également découvert la cuisine au feu de bois, qui donne un goût différent...”

MICHEL ANDRÉ



Cyril Lignac est tombé sous le charme de la Réunion, de sa cuisine et de ses produits.

“Nos clients sont des habitués”

Périgueux (24) Le restaurant ouvert en 2002 a vite trouvé son rythme de croisière, grâce à une formule buffet en libre-service qui contente la clientèle d'employés du quartier.

Jaune poussin combat la crise

En mai 2008, il était impératif de se remettre en question pour s'en sortir. J'ai donc eu l'idée, face au désastre économique qui s'annonçait, de revisiter mon propre concept, avec l'ambition de faire manger les gens à petit prix, tout en gagnant de l'argent.” **Gérard Caillé**, 54 ans, résume ainsi l'orientation donnée en septembre 2008 à son établissement Jaune poussin, situé au cœur de Périgueux. Implanté dans un quartier commercial et vivant, le restaurant attire une clientèle venue pour déjeuner sans se ruiner. Trois ans plus tard, il se félicite de son initiative, réussissant à servir 150 repas par jour (avec un seuil de rentabilité à 100 repas), pour un ticket moyen de 10,30 €. Sa recette est simple : un buffet en libre-service où sont proposées 16 entrées fraîches,

2 plats du jour et des desserts. Pour les suppléments, le café est à 1,10 € tout comme le verre de Bergerac. “J'avais débuté à 8,5 € le repas, précise-t-il, tout en anticipant la baisse de la TVA. La formule a pris : 40 repas quotidiens le premier mois, 60 le deuxième, et 120 six mois plus tard... Nos clients sont des habitués, des employés du quartier qui apprécient notre table cinq jours par semaine.”

Le restaurateur est aux fourneaux, aidé d'un second et d'un plongeur, sa fille en salle avec un autre employé à mi-temps et un apprenti. Les investissements ont été réduits à l'achat d'un meuble buffet (3 000 €), Jaune poussin, ouvert en 2002, possédant déjà ses meubles et sa structure. L'entrepreneur ne manque pas de dynamisme, ouvrant le dimanche pour des



Jaune poussin : 150 repas servis par jour, pour un ticket moyen de 10,30 €.

thés dansants où il met à profit les 850 m² de son établissement - qui lui permettent d'atteindre jusqu'à 250 places assises.

JEAN-PIERRE GOURVEST

Jaune Poussin • 33 rue du Président Wilson
• 24000 Périgueux • Tél. 05 53 06 90 70
• www.jaune-poussin.com

“Notre cible est le bassin tertiaire”

Pret A Manger s'attaque à la capitale

Puteaux (92) Les adeptes de l'enseigne britannique attendaient impatiemment ce rendez-vous : l'ouverture du premier Pret A Manger français a eu lieu le 9 janvier au centre commercial des Quatre Temps à La Défense. Une deuxième boutique suivra dans le VIII^e arrondissement parisien fin février.



Le large espace aménagé devant les vitrines facilite l'accès aux caisses.

Après la réouverture d'une enseigne Marks & Spencer en novembre dernier sur les Champs-Élysées, une autre enseigne britannique, Pret A Manger, débarque en France, cette fois-ci au centre commercial des Quatre Temps à La Défense (92). Si son nom sonne bien français, la marque est à 100 % britannique et ce depuis vingt-cinq ans. Son franc succès outre-Manche ne se dément pas, avec 250 points de vente.

L'enseigne rouge et blanche étoilée de Pret A Manger est également présente aux États-Unis (40 restaurants) et à Hong Kong (12 adresses).

En 2010, elle a réalisé 327 M£ de chiffre d'affaires, soit environ 400 M€. Maintenant, c'est au tour de Paris - qui est d'ailleurs la première implantation de l'enseigne sur le continent. Pourquoi s'attaquer au marché français ? “Le marché de la restauration hors-domicile en France a un niveau de croissance légèrement supérieur aux autres pays. L'univers snacking prend de plus en plus d'ampleur, et il y a un vrai potentiel pour se développer”, résume Stéphane Klein, directeur général France de Pret A Manger, ancien de Starbucks. Les boutiques sont situées en priorité à des endroits stratégiques à l'heure du déjeuner : “Notre cible est le bassin tertiaire, là où l'activité est vraiment présente le midi. Nous choisissons donc des localisations clés : centres d'affaires, quartiers touristiques et commerçants.”

“1 700 TRANSACTIONS EN DEUX JOURS”

Situé au troisième étage du centre commercial des Quatre Temps, Prêt A Manger n'a pas manqué de susciter la convoitise des passants, dès son ouverture

BIO EXPRESS



Stéphane Klein, directeur général France de Pret A Manger.

Après une première expérience aux États-Unis, puis au sein du Groupe Flo à Paris, Stéphane Klein rejoint Häagen-Dazs au début 1990 pour lancer la marque en France, puis devient directeur des boutiques pour l'Europe. Recruté cinq ans plus tard par Dunkin Donut's en tant que vice-président des opérations pour l'Europe continentale, il devient par la suite le directeur général de la chaîne Pomme de Pain, puis du traiteur Saint Clair avant de rejoindre Starbucks Coffee dès ses débuts en France en 2004, toujours comme directeur général. En 2008, il crée sa propre société de conseil. Stéphane Klein, 50 ans, a choisi de rejoindre Pret A Manger, en janvier 2011, pour implanter l'enseigne en France.

lundi 9 janvier, avec “1 700 transactions en deux jours”. La décoration de la boutique de 200 m² (300 m² avec les cuisines) est identique à celle de ses concurrents étrangers : murs en brique, codes couleur rouge et blanc, tableaux rappelant les bases d'une nourriture saine, un large espace pour s'asseoir (100 places), et un autre devant les vitrines pour le “confort de la clientèle”. Côté vitrines, justement, on retrouve successivement la partie sandwiches/wraps (de 2,50 à 5 €), les sandwichs 'toastés' à réchauffer en caisse (5,75 €), les desserts (de 1,95 à 5,90 €), les boissons (de 1,70 à 3,25 €), et une gamme de fruits frais (0,75 €). Les recettes sont préparées sur place avec des produits frais provenant de Rungis, sans conservateurs ni additifs. “Il n'y aura pas de cuisine centrale. Chaque boutique sera approvisionnée par sa propre cuisine.” Près des caisses, on peut sélectionner sa boisson chaude ou l'une des deux soupes du jour (3,80 €) affichées au panneau des menus ; ou bien piocher quelques sucreries (barres de céréales,

Retrouvez en vidéo l'ouverture du premier Pret A Manger français en tapant le mot-clé **RTR418492** dans le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr et avec le QR code ci-contre.



Certains sandwichs de l'enseigne britannique ont été adaptés au goût des clients hexagonaux.

bonbons). “Il n'y a pas de menu, mais pour 10 €, on peut avoir facilement un sandwich, une boisson et un dessert. Le ticket moyen n'excède pas 8 €”, relève Stéphane Klein.

SE STANDARDISER AUX GOÛTS EUROPÉENS

Souvent décrits comme trop gras dans les pays anglo-saxons, les sandwichs ont été mis au goût des Français. “Nous avons notamment réduit la mayonnaise pour certains produits, et remplacé ou compensé par de la moutarde, des cornichons, pour d'autres”, ajoute-t-il. Parmi les sandwichs spécialement conçus pour Paris, on retrouve le jambon-beurre et le jambon-émmental. Les bestsellers : le triangle écrevisse-roquette - produit phare de PAM -, les toastés (toasted, dans la langue de Shakespeare), et le célèbre carrot cake, la soupe de bœuf à la bière et le triangle falafel-hummous.

Comme en Angleterre, le nombre de calories et de graisses saturées est indiqué sur les produits. Autre point important : au-delà des horaires d'ouverture (7 h 30 à 19 h), les invendus sont donnés à deux organismes caritatifs (Secours Populaire et Femmes libération laïcité en France).

Si Pret A Manger mise beaucoup sur l'heure du déjeuner, l'enseigne n'oublie pas le petit déjeuner ni la pause café l'après-midi, grâce à ses cafés, thés et pâtisseries. Pour l'instant, la marque a prévu une implantation modeste : une deuxième ouverture est programmée fin février au 19 rue Marbeuf (Paris, VIII^e) avec une surface de vente de 170 m². Pour le reste, motus et bouche cousue. “Nous préférons observer, écouter, et servir le mieux possible nos clients, et voir si l'enseigne fonctionne à Paris, avant de nous développer”, précise Stéphane Klein. Après la France, l'Allemagne et l'Espagne figurent, dans un horizon bien plus lointain, sur les tablettes de Prêt A Manger.

HÉLÈNE BINET
VIDÉO CÉCILE CHARPENTIER

Pret A Manger • Centre commercial Les Quatre Temps
• Le Dôme, niveau 3 • 92092 Puteaux • Tél. : 01 40 90 96 46
• www.pret.com/fr

Idées à emporter...

Votre badge gratuit sur www.sandwichshows.com

SANDWICH & SNACK

SHOW

15 - 16

FÉVRIER 2012

FEBRUARY 2012

Paris Porte de Versailles / Hall 4

Organisé par Reed Expositions

Découvrez aussi

PARIZZA
PIZZA - PASTA - ITALIAN FOOD SHOW
Le rendez-vous des professionnels du snacking et de la restauration à l'italienne
www.parizza.com

15-16 FÉVRIER - FEBRUARY 2012
Paris Porte de Versailles / Hall 4

LE SNACKING DES CHEFS

LE CARNET DE TENDANCES EXCLUSIF

LES PARCOURS INNOVATIONS

LA SANDWICH & SNACK SHOW ACADEMY

LE LABORATOIRE

LES CONFÉRENCES

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

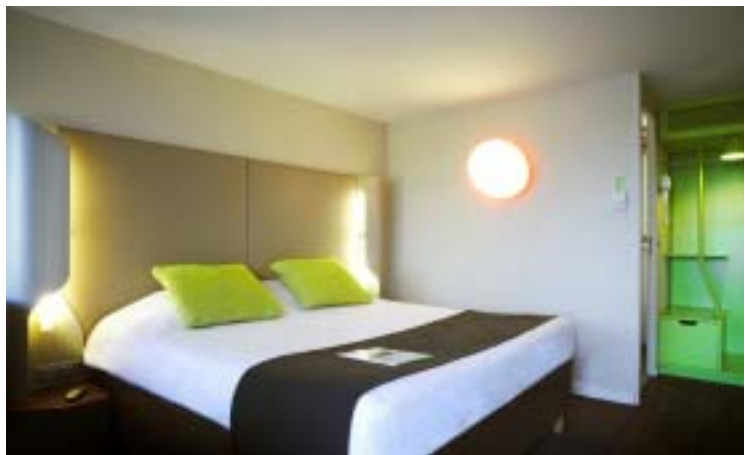
LE RENDEZ-VOUS LEADER SUR LE MARCHÉ DU SNACKING & DE LA CONSOMMATION NOMADE

Hôtellerie

Une stratégie payante

Après avoir ouvert 28 hôtels dans l'Hexagone en 2011, soit 1 800 chambres, l'opérateur, propriété de Starwood Capital Group, entend poursuivre son développement en 2012.

Louvre Hotels Group s'installe en centre-ville



Les nouveaux hôtels Campanile sont franchisés à 90 %.

Poursuivant en 2012 sur le même rythme qu'en 2011, Louvre Hôtels envisage l'ouverture de 25 à 30 hôtels, soit 1 600 chambres, dont 50 % seront en franchise et 50 % en hôtels managés. Pour **Christophe Novellon**, directeur du développement France, cela marque "une continuité dans notre stratégie de développement" : sur les 900 hôtels du groupe en France, un tiers sont des hôtels filiales, un tiers des hôtels franchisés, un tiers des mandats de gestion. Christophe

Novellon précise : "Les nouveaux hôtels Campanile et Première Classe sont à 90 % des hôtels managés alors que les marques Kyriad et Kyriad Prestige se développent quasiment en totalité en franchise. Sur le segment 4 étoiles, nous utilisons ces deux formes de développement. Cette stratégie s'applique à la relance de la marque Golden Tulip en France, avec notamment l'ouverture d'une nouvelle construction à Lyon Saint-Priest et la transformation du Kyriad Prestige de Roissy."

DES MARQUES RAJEUNIES

Selon lui, la situation a beaucoup évolué : "Au cours des dix à quinze

dernières années, le groupe se développait principalement en périphérie de villes. Depuis 2011, grâce au lancement du concept Campanile Nouvelle Génération pour le milieu de gamme et Golden Tulip pour le haut de gamme, nous sommes à même de répondre aux appels d'offre lancés pour des opérations d'urbanisme de centre-ville." Sur ces appels d'offres, le groupe est sollicité soit par les franchisés existants, soit par des promoteurs qui deviennent investisseurs, ou des investisseurs qui décident de se lancer dans l'immobilier. Dans la plupart des cas, Louvre Hotels Group est mandaté pour devenir le gestionnaire des hôtels. "Nous avons la confiance des investisseurs, déclare Christophe Novellon, ainsi que des banques, qui sont rassurés par notre savoir-faire. Ce fut le cas notamment à Montpellier" ou à Nantes Saint-Jacques, établissement de plus de 100 chambres ouvert en 2011. En 2012, suivront d'autres hôtels de centre-ville, à Lille dans le quartier d'Euralille, à Amiens près de la gare, et à Lyon Oullins. En 2014, ouvriront gare Saint-Roch à Montpellier un Campanile et un Golden Tulip, de même qu'à Marseille,

parc Chanut. Les marques Kyriad et Kyriad Prestige poursuivent leur développement, à raison de 10 à 12 ouvertures par an.

"Un réseau qui s'agrandit plus rapidement puisqu'il n'est concerné que par des affiliations d'indépendants, ou des conversions d'autres marques", souligne Christophe Novellon.

MODERNISATION DU PARC EXISTANT

Après avoir rénové la totalité de son parc restaurant dans les Campanile en 2011, le groupe va s'attaquer à la rénovation des chambres. "Aujourd'hui, les cartes ont été redistribuées, confirme Christophe Novellon. Avec notre nouvelle stratégie, notre développement en centre-ville - une vingtaine d'hôtels en construction dont 16 vont ouvrir d'ici 2014 - va se concentrer sur des hôtels de plus grande capacité." Si le groupe investit massivement dans les pays émergents (Chine, Ukraine, et bientôt en Russie), en France, Christophe Novellon estime : "Notre position de challenger nous va bien. 2012 va être une année clé pour le groupe notamment en raison de la restructuration de la concurrence." **ÉVELYNE DE BAST**

Rénové pour 50 000 € par chambre

Paris (VIII^e) Racheté par le groupe Hélicon et transformé en hôtel 4 étoiles, ce petit établissement de 22 chambres est le 6^e d'un réseau d'hôtels parisiens regroupés sous l'appellation Inwood Hotels et gérés par Algonquin.

L'hôtel Monna Lisa joue sur les espaces

L'hôtel Monna Lisa est le seul des 6 établissements parisiens du réseau Inwood Hotels, gérés par le groupe Algonquin, à être situé rive droite, rue La Boétie dans le VIII^e arrondissement de Paris, tous les autres étant dans le VII^e arrondissement, entre la tour Eiffel et les Invalides. "Ici, explique **Claire Lemonnier**, la directrice commerciale de l'hôtel, en raison de la proximité des Champs-Élysées, nous recevons davantage de clientèle venue du Moyen-Orient alors que dans le VII^e arrondissement, nos établissements sont plutôt fréquentés par une clientèle française, américaine et anglaise."

Pour sa commercialisation, il est également affilié au réseau d'hôtels design Hotels & Preferences. La rénovation de l'hôtel a été confiée à un cabinet d'architectes-décorateurs ID Associés. Les travaux ont coûté 50 000 € par chambre. Dans le lobby, les décorateurs ont astucieusement modulé sur les

espaces, plaçant la banque de réception à une extrémité de l'entrée, laissant ainsi une large place pour une disposition accueillante avec fauteuils de salon et large espace bibliothèque au centre de la pièce.

Le cabinet ID Associés a joué avec les espaces et les couleurs, en associant du rouge vermillon au bois clair et au marron glacé des fauteuils. Les grands panneaux, écrans de projection destinés à masquer les vitres de l'ancien restaurant devenu hall de l'hôtel, sont un artifice de décoration ingénieux.

JUNIOR SUITE AVEC BALCON

L'hôtel, classé 4 étoiles, possède quatre catégories de chambres : classique, supérieure, exécutive et une junior suite avec balcon. Dans toutes les chambres, l'acoustique a été tout particulièrement soignée. Dans la junior suite, outre l'équipement habituel (station iPod, wifi gratuit...), on trouve un Night Cove,



Le Monna Lisa est également affilié au réseau d'hôtels design Hotels & Preferences.

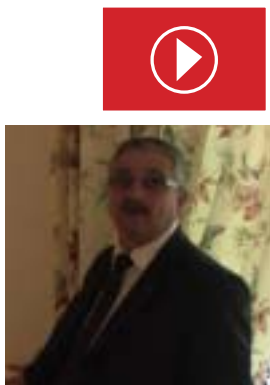
réveil lumineux et musical. Dans la foulée, Algonquin devrait procéder à la rénovation de ses deux dernières acquisitions, le Tourville, en février, et le Derby Alma, en juin, tous deux situés dans le VII^e arrondissement.

É. DE B.

Hôtel Monna Lisa • 97 rue la Boétie • 75008 Paris
• Tél. : 01 56 43 38 38 • [http : //fr.hotellmonnalisa.com](http://fr.hotellmonnalisa.com)

“Un créneau sans concurrence à Moulines” À Moulines, l’Hôtel de Paris prend un nouvel élan

En 2006, alors à la tête d’une holding regroupant 14 hôtels, **Philippe Boismenu** vend ses établissements à un fonds d’investissement américain. Une proposition trop belle pour être refusée. Mais après deux ans de semi-retraite, il se relance dans les affaires en rachetant l’Hôtel de Paris à Moulines, une maison anciennement deux étoiles *Michelin*, en perte de vitesse. Le restaurant a été fermé en 2006 et l’hôtel vivait en trois étoiles. Philippe Boismenu a rénové et agrandi l’affaire grâce au rachat d’une chapelle mitoyenne. Elle compte désormais



Philippe Boismenu emploie 25 personnes, 40 lorsque les aménagements seront terminés.



Retrouvez l’Hôtel de Paris en vidéo avec le mot-clé **RTR018339** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-dessous.



32 chambres et suites, contre 27 au départ, et 8 supplémentaires sont prévues. L’hôtelier a préféré adopter un classement en 4 plutôt que 5 étoiles pour des raisons de marketing.

RELANCER LA RESTAURATION

Un spa doit être aménagé dans la crypte de la chapelle avec un flotarium, un bain dans de l’eau saturée en sel comme en mer Morte. Les investissements s’élèvent à 6,5 M€. “Je suis peut être un peu inconscient, souligne-t-il, mais je suis persuadé qu’il y a un marché.” L’offre pour séminaires affiche de belles

Philippe Boismenu a rénové entièrement cet établissement en déclin pour un investissement s’élevant à 6,5 M€.

performances. Il s’agit maintenant de relancer la restauration. La brasserie a rouvert ses portes en se spécialisant dans les fruits de mer, “un créneau sans concurrence à Moulines”. Un jeune chef, **Julien Moïnard**, met actuellement en place son équipe pour rouvrir le restaurant gastronomique dans le courant de l’année. L’objectif de Philippe Boismenu ? Retrouver le luxe d’antan.

TEXTE ET VIDÉO : PIERRE BOYER

Hôtel de Paris • 21 rue de Paris
• 03000 Moulines • Tél. : 04 70 44 00 58
• www.hoteldeparis-moulines.com

En bref

À Tours, une résidence de tourisme place de la gare



La résidence de tourisme qui sera construite près de la gare.

Bouygues immobilier et la ville de Tours (37) viennent de lancer leur projet de restructuration de la place de la gare. Celle-ci va être fortement impactée par la première ligne de tram qui sera mise en service en octobre 2013. Un îlot contigu à la gare va être entièrement rasé, ce qui entrainera la disparition de trois hôtels, deux restaurants et un fast-food. Pour maintenir la capacité hôtelière de la ville et compenser la disparition d’une centaine de chambres, la ville a souhaité construire une résidence hôtelière sur le site. Celle-ci s’installera sur 9 étages avec 109 studios de niveau 3 étoiles. Cette résidence - dont l’opérateur et l’enseigne ne sont pas encore connus - sera mise en service début 2015. La ville prépare également une autre opération urbaine dans le nord du centre-ville, où deux hôtels doivent être créés, l’un de 4 étoiles, le second de 3.

Changement de propriétaire à l’hôtel Gabriel

Paris (XI^e) L’hôtel Gabriel, établissement 4 étoiles sis dans le quartier du Marais, à Paris, a été vendu fin décembre pour 8,5 M€.

Solutions de Gestion Restaurant et Métiers De Bouche
<http://www.mdb-multimedia.fr>

FTBE V10
Démonstration gratuite au 04.92.28.26.60

Solution de gestion / production pour les professionnels des métiers de bouche
A chaque professionnel sa version :

- FTBE V10 Pro** : restauration commerciale indépendante et chaîne de restauration
- FTBE V10 Siège et FTBE AO** : chaîne de restauration commerciale et service achat
- FTBE V10 Classic et FTBE V10 Premium** : Traiteurs organisateur de réception
- FTBE V10 Collectivité** : Restauration collective et cuisine centrale

Gestion et optimisation des achats, commandes, livraison, gestion des stocks, gestion de la production, mercuration, fiches techniques, optimisation des marges et ratios, analyses des ventes, statistiques achats et consommations, planning consommation et production, politique achat, gestion des appels d’offres, gestion commerciale : devis, commande, facturation, gestion des règlements, gestion du personnel, marketing, facturation, comptabilité, cartes et menus...

Documentation gratuite au 04.92.28.26.60

La transaction a été réalisée par l’intermédiaire du cabinet Imhotel. Son nouveau propriétaire est **Thibaut Vidalenc**, ancien propriétaire de l’hôtel de Sers. Auparavant, celui-ci appartenait à **Jean-Pierre Marois**, producteur de cinéma. Cet hôtel ultra-contemporain connaît une très forte notoriété dès son ouverture grâce à sa communication qui repose entièrement sur le concept ‘detox’. Celui-ci se décline en ‘Detox room’, lieu de détente et de massage, petit déjeuner bio,

et en ‘Detox bar’ avec infusions anti-oxydantes mais aussi thés, infusions ou cocktails. L’hôtel est adhérent de la chaîne allemande Design Hotels.

Le PMS Choice Advantage arrive dans l’Hexagone

Le voilà enfin : le **Comfort Hôtel de l’Europe à Saint-Nazaire (44)** est le premier hôtel français à s’équiper du nouveau PMS (Property Management System) créé par le groupe Choice et



BY CHOICE HOTELS

◆ baptisé **Choice Advantage**. Après les États-Unis et l’Angleterre, le **Comfort Hotel de**

l’Europe devient le 5 000^e hôtel de ce réseau mondial à bénéficier de cette installation. Cette application intuitive, accessible partout via internet, est conçue pour apporter aux hôteliers une large gamme de services : gestion des réservations individuelles et des groupes, facturation clients, exportation de plus de 80 rapports, possibilité de faire adhérer en temps réel les clients au programme de fidélité **Choice Privileges**... Le système permet en outre une synchronisation totale des tarifs et inventaires avec de multiples canaux de distribution ainsi qu’une automatisation des tâches simplifiant la vie de l’hôtelier. Sa fonction yield permet d’optimiser le prix moyen d’un établissement.

Tripadvisor abandonne son classement des hôtels les plus sales



Tripadvisor aurait décidé d’abandonner sa controversée liste des hôtels les plus sales publiée chaque année en janvier. “Nous voulons davantage nous tourner vers le côté positif, nous continuerons donc de désigner les meilleures destinations, les meilleurs hôtels”, a déclaré au *New York Times* **Stephen Kaufer**, p.-d.g. de Tripadvisor. Malgré tout, ce classement sera néanmoins publié cette année. Plus qu’un réel changement de stratégie de communication, cet engagement permettra au site de s’éloigner des polémiques et d’éviter des poursuites d’établissements cités dans le classement comme cet hôtelier américain qui a réclamé en justice 10 M\$ au site en octobre dernier.

□ Courriers des lecteurs

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

sur www.lhotellerie-restauration.fr

Peut-on imposer la prise des congés payés en dehors de la période estivale ?

Notre hôtel est ouvert à l'année, mais l'activité est saisonnière et concentrée sur une période de 6-7 mois. Peut-on imposer aux employés en contrat à durée indéterminée de prendre la totalité de leurs congés payés en dehors de la saison, et avec quelles compensations ?

MARRICK

Vous ne pouvez pas imposer à vos salariés de prendre la totalité de leurs congés payés en dehors de la période légale qui va du 1^{er} mai au 31 octobre de chaque année. La loi impose à l'employeur d'accorder au moins 12 jours ouvrables continus pendant cette période. Mais il est possible d'obtenir des dérogations par convention, accord d'établissement ou accord individuel du salarié. La convention collective des CHR ne prévoyant pas cette possibilité, vous devez donc

mettre en place un accord d'établissement ou obtenir l'accord de vos salariés. Un arrêt de la Cour de cassation en date du 6 juillet 1994 est venu préciser qu'était licite la disposition conventionnelle qui accorde trois jours de congés supplémentaires si les congés annuels principaux sont pris dans leur totalité en dehors de la période légale du 1^{er} mai au 31 octobre (Cass.soc. 6 juillet 1994 n° 93-42.360P). Vous devez donc avoir

l'accord écrit de vos salariés en place. Cet accord sera plus facile à obtenir si vous leur signalez qu'ils bénéficient de 3 jours de congés payés supplémentaires. Lors de nouvelles embauches, précisez cette information dans le contrat de travail, ce qui vous dispensera de demander l'accord du salarié et d'avoir à faire face à un éventuel refus.

'Droit du travail en CHR : tous les contrats (+ modèles)

Tarifs des garanties complémentaires frais de santé pour 2012

Où puis-je trouver les tarifs pour assurer ma famille à la mutuelle HCR santé ainsi que le détail des différentes garanties ? Sur le site de HCR santé, j'ai bien trouvé le détail des garanties, mais pas les nouveaux tarifs pour 2012.

MARC

Le montant de la cotisation au régime conventionnel est de 32 €, répartis à parts égales entre l'employeur et le salarié, soit 16 € chacun. Ce tarif est le même en 2012, car l'accord relatif à la mutuelle prévoyait de le maintenir pendant 3 ans, mais à législation et réglementation équivalentes. Malgré l'augmentation de la taxe sur les contrats d'assurance (de 3,5 % à 7 %), les assureurs du régime ont accepté, à la demande des partenaires sociaux, de maintenir la cotisation du régime obligatoire à ce niveau. En revanche, les cotisations des garanties complémentaires - qu'elles soient mises en place par l'entreprise ou prises à titre individuel par le salarié - sont augmentées à partir du 1^{er} janvier 2012. Vous pouvez retrouver ces nouveaux tarifs sur le site de HCR santé : www.hcrsante.fr, rubrique 'Salariés', puis 'Garanties individuelles'. Une fois cette page ouverte, cliquez sur le lien prévu à la suite de la phrase : 'Pour accéder directement aux offres correspondant à la situation du salarié'. Vous pouvez également trouver les tarifs à cette adresse : www.gpam.fr/gpam/gabarit/hcrsanteinfo.html. Voici le détail des tarifs :

Coût de l'adhésion à titre individuel du salarié

En tant que salarié couvert par la garantie conventionnelle de HCR santé, vous pouvez améliorer vos garanties par deux modules supplémentaires, mais aussi garantir votre famille.

Pour améliorer sa garantie de salarié

Un salarié bénéficiant du régime minimum prévu par la convention collective peut améliorer sa couverture moyennant le paiement d'une cotisation supplémentaire selon les modalités suivantes :

Surco 1 : 6,83 € (contre 6,40 € en 2011)
Surco 2 : 11,31 € (contre 10,60 € en 2011)

Si l'entreprise a mis en place une garantie de niveau CCN + Surco 1, le salarié peut l'améliorer en souscrivant au module suivant :

Surco 2 : 4,48 €

Pour garantir sa famille

• Ticket modérateur :
Cotisation conjoint : **24,86 €** (23,30 €) et **42,68 €** pour un conjoint âgé de 62 ans et plus ;
Cotisation par enfant : **16,97 €** (15,90 €).

• Base CCN :
Cotisation conjoint : **47,37 €** (44,40 €) et **66,37 €** pour un conjoint âgé de 62 ans et plus ;
Cotisation par enfant : **28,17 €** (26,40 €).

• Surco 1
Cotisation conjoint : **55,27 €** (51,80 €) et **77,36 €** pour un conjoint âgé de 62 ans et plus ;
Cotisation par enfant : **32,76 €** (30,70 €).

• Surco 2
Cotisation conjoint : **60,93 €** (57,10 €) et **85,25 €** pour un conjoint âgé de 62 ans et plus ;
Cotisation par enfant : **35,52 €** (33,10 €).

'Droit du travail en CHR : tous les contrats (+ modèles)'

Salon International des **Plages**
sip-expo.com
3^e édition

Nouveau Salon référent
• plages aménagées • restaurants • hôtels
• campings • brasseries • bars • chefs étoilés

1^{er} Salon de la restauration en Languedoc-Roussillon

EDITION 2011 :
4 000 visiteurs pro
+100 exposants

Infos pour les professionnels :
www.sip-expo.com - 04 67 20 45 55

Mardi 6 udi 8 mars 2012 - La Grande Motte 34280

Des canapés lits haute couture sur mesure

tessali



canapé lit BETTY dossier confort plumes

9, rue Gustave Eiffel - ZI. du Rocher Vert
77140 NEMOURS - FRANCE
+33 1 64 28 22 72
FAX : 01 64 28 94 03 - contact@tessali.fr

smahrt
Toulouse / Midi-Pyrénées
Salon des Métiers de l'Alimentation & de l'Hôtellerie-Restauration

Pour obtenir votre badge d'accès, connectez-vous sur www.smahrt.com rubrique visiteurs et saisissez votre code personnel HR12

05 → 08 FÉVRIER 2012
PARC DES EXPOSITIONS TOULOUSE

www.smahrt.com

Toulouse expo

ERelimentaire

paits et conter

Vous souhaitez booster votre BRUNCH ?

Inscrivez-vous sur le guide n°1 des brunchs en France

OuBruncher.com
site web & application iphone

contact : 01 83 62 85 80 - contact@oubruncher.com



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

Du 26 au 28 FÉVRIER 2012

• SAINT-MALO •
ESPACE DUGUAY TROUIN

PRORESTEL
www.prorestel.com

Téléchargez votre badge visiteur avec votre code personnel et découvrez l'ensemble des événements proposés sur le salon



PRSM1

9,22€

Taux horaire minimum conventionnel

9,22€

Taux horaire Smic

3,44€

Valeur du repas

3 031€

Plafond Sécu

1 624

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

9,7%

Taux de chômage au 3^e trimestre 2011

Juridique

Comment s'y retrouver

Le projet d'instruction fiscale vient préciser les modalités de mise en œuvre du taux réduit de TVA à 7 %. Extraits des dispositions concernant plus particulièrement la restauration.

La TVA à 7 % à la loupe

A

compter du 1^{er} janvier 2012, les produits alimentaires préparés en vue d'une consommation immédiate sont taxés à 7 %. Si le principe est simple, les exceptions prévues par la circulaire fiscale qui vient d'être publiée

compliquent la donne. Pas toujours facile de s'y retrouver. Par exemple, les boulangers et les charcutiers-traiteurs bénéficient du taux réduit de 5,5 % sur certains produits considérés comme n'étant pas destinés à une consommation immédiate.

UNE LISTE LIMITÉE DE PRODUITS ET SERVICES SOUMIS AU TAUX DE 5,5 %

Seuls certains biens et services limitativement énumérés par l'article 278-0-bis du code général des impôts (CGI) restent soumis au taux réduit de TVA à 5,5 %.

Dans cette liste figurent notamment :
- l'eau et les boissons non alcooliques ;
- les produits destinés à l'alimentation humaine, à l'exception des produits suivants auxquels s'applique le taux de TVA prévu à l'article 278, c'est-à-dire à 19,6 %, à savoir : les produits de confiserie, les chocolats - et tous les produits composés contenant du chocolat ou du cacao -, les margarines et graisses végétales, ainsi que le caviar ;
- la fourniture de logement et de nourriture dans les maisons de retraite et les établissements accueillant des personnes handicapées ;
- la fourniture de repas par des prestataires dans les établissements publics ou privés d'enseignement du premier et du second degré.

LA GRANDE MAJORITÉ DES OPÉRATIONS SOUMISES AU TAUX DE 7 %

Comme le rappelle la circulaire, toutes les autres opérations soumises au taux réduit de 5,5 % jusqu'au

31 décembre 2011 relèvent désormais du taux réduit de 7 %. En conséquence, les activités des cafés, hôtels et restaurants sont taxées au taux de 7 %. En revanche, les boissons alcoolisées qui y sont servies demeurent toujours soumises au taux à 19,6 %. Toutefois, le texte précise que le taux réduit de 7 % s'applique aussi aux ventes à emporter ou aux

livraisons de produits alimentaires préparés en vue d'une consommation immédiate. Désormais, les professionnels auront donc trois taux de TVA. Le taux réduit de 5,5 %, quand ils achètent les produits alimentaires qu'ils vont ensuite préparer pour les revendre à leur client. Leurs ventes sont soumises au taux réduit de 7 % pour leurs plats et boissons non alcooliques et 19,6 % pour les boissons alcoolisées.



LE TAUX DE TVA APPLICABLE DANS LES DOM-TOM

Les taux particuliers applicables dans les départements de la Guadeloupe, de la Martinique et de la Réunion demeurent inchangés. En conséquence, la restauration continue à bénéficier du taux réduit de 2,15 % sauf pour les boissons alcooliques qui restent soumises au taux normal de 8,50 %. Les prestations hôtelières sont soumises au taux réduit de 2,15 %.

LE TAUX DE TVA APPLICABLE EN CORSE

La Corse bénéficie sur certains produits et services d'un taux de TVA inférieur à celui de la France continentale. Le taux applicable aux ventes à consommer sur place était de 5,5 %, à l'exception de celles relatives aux boissons alcooliques, soumises au taux normal de 8 %. La circulaire précise que les taux particuliers demeurent inchangés. En revanche, le taux réduit de 7 % s'applique aux opérations auparavant soumises au taux réduit de 5,5 %, à l'exception des biens et des prestations figurant dans la liste limitée des produits et services continuant à bénéficier du taux réduit de 5,5 %.

BIEN DISTINGUER LES TAUX DE TVA DANS UNE FORMULE TOUT COMPRIS

La circulaire consacre une longue section à expliquer les règles à respecter dans le cas d'une facturation globale et forfaitaire pour des prestations soumises à plusieurs

taux de TVA. Nous vous reproduisons les numéros de paragraphe de la circulaire pour mieux les retrouver :

37. Conformément aux dispositions de l'article 268 bis du CGI, lorsque des opérations passibles de taux différents font l'objet d'une facturation globale et forfaitaire, il appartient au redevable de ventiler les recettes correspondant à chaque taux, de manière simple et économiquement réaliste, sous sa propre responsabilité et sous réserve du droit de contrôle de l'administration. À défaut d'une telle ventilation, le prix doit être soumis dans sa totalité au taux le plus élevé.

38. Ainsi, en l'absence de ventilation, dans l'hypothèse d'une formule pouvant comprendre une boisson alcoolique, le taux normal s'applique à l'ensemble de la formule.

Dans cette hypothèse de ventes à emporter présentées sous forme de menu comprenant des produits relevant de taux différents de TVA (par exemple une formule avec boisson comprise, alcoolique ou non) le redevable peut ventiler le prix du menu en proportion du prix de revient (calculé à partir du prix d'achat) des différents éléments de la formule.

Lorsque les produits présentés dans le menu sont également présentés séparément à la carte, la méthode suivante est proposée à titre d'exemple :

- détermination du rapport entre le prix hors taxe (HT) à la carte des produits relevant du taux réduit de 7 % et ceux au taux normal par rapport au prix total (HT) qui aurait été facturé à la carte ;
 - l'application de ce rapport au prix HT du menu afin de déterminer la fraction du prix HT du menu relevant du taux réduit de 7 % et du taux normal.
- On prend l'exemple d'une carte proposant un sandwich à 5 € TTC (soit 4,67 € HT, TVA à 7 %), une viennoiserie à 2,50 € TTC (soit 2,37 € HT, TVA à 5,5 %), une canette de bière à 3 € TTC (soit 2,51 € HT, TVA à 19,6 %) et une formule sandwich + viennoiserie + bière à 8 € TTC.
- détermination du rapport au taux normal de 19,6 % : $2,51 \div (4,67 + 2,37 + 2,51) = 0,26$;
 - application de ce rapport pour déterminer la fraction du prix HT de la formule complète soumise au taux normal de 19,6 % : $0,26 \times 7,284 = 1,90$ € ;
 - détermination du rapport au taux réduit de 7 % : $4,67 \div (4,67 + 2,37 + 2,51) = 0,52$;
 - application de ce rapport pour déterminer la fraction du prix HT de la formule complète soumise au taux réduit de 7 % : $0,52 \times 7,28 = 3,79$ €.

Le redevable peut également utiliser une répartition forfaitaire, tirée des caractéristiques de l'établissement et appliquée de manière cohérente, lorsque la gamme des produits est homogène. Tel est le cas notamment des établissements dans lesquels les proportions entre les boissons alcoolisées et le reste des produits du menu sont semblables.

En tout état de cause, la méthode de ventilation retenue demeure au libre choix du redevable et peut donc être différente des exemples proposés ci-dessus sous réserve des principes exposés au § 37.

LES VENTES À EMPORTER OU À LIVRER DE PRODUITS ALIMENTAIRES PRÉPARÉS EN VUE D'UNE CONSOMMATION IMMÉDIATE

47. Les ventes à emporter de produits alimentaires préparés en vue d'une consommation immédiate consistent en la fourniture de nourriture préparée et/ou de boissons, destinées à une consommation

immédiate, c'est-à-dire dans les instants suivant l'achat. Ces produits ne sont pas destinés à être conservés par le consommateur. Cette situation découle des caractéristiques du produit lorsqu'il est nécessaire de le consommer très rapidement pour que son goût ne s'altère pas ou pour que le produit ne se gâte pas.

Le fait que le client n'entende pas nécessairement consommer immédiatement le produit en question ne fait pas obstacle à sa taxation au taux de 7 %.

À titre d'exemple, sont visés par le taux de 7 % les kebabs, les quiches, les pizzas, les hamburgers, les pop-corn, les hot-dogs, les crêpes salées ou sucrées (à l'exception des crêpes nature vendues non réchauffées), les frites, les sushis, les falafels, les boissons non alcooliques, etc. lorsqu'ils sont destinés à une consommation immédiate (à l'exception de ces

mêmes produits vendus surgelés, qui ne sont pas considérés comme des ventes à emporter, mais des produits alimentaires taxés à 5,5 %, sauf s'ils sont consommés immédiatement dans les locaux du vendeur).

48. En revanche, les produits vendus sous un emballage permettant leur conservation ne sont pas considérés comme des ventes à emporter.

Par exception, les sandwiches et les salades salées ou sucrées avec assaisonnement ou couverts sont réputés toujours être des ventes à emporter, quel que soit leur emballage.

Remarque : la vente de produits surgelés ou de plats cuisinés effectivement consommés

immédiatement dans les locaux des enseignes de distribution alimentaire grâce à la mise à disposition de couverts, de fours micro-ondes, de chaises et de tables ou d'un comptoir, est considérée comme de la vente de produits destinés à une consommation immédiate et est taxée au taux réduit de 7 %.

49. Les ventes de nourriture préparée et/ou de boissons destinées à une consommation immédiate, directement livrées au client (à son domicile, sur son lieu de travail...) sont soumises au taux réduit de 7 % (pizzas chaudes, sushis, etc.).

50. Il est précisé que dans les relations entre fabricants, distributeurs et détaillants, seuls les sandwiches et les salades salées ou sucrées vendues dans des récipients permettant leur conservation avec un assaisonnement ou des couverts sont taxés à 7 % dès leur vente par le fabricant au distributeur ou au détaillant. S'agissant de tous les autres produits alimentaires, le taux de 7 % ne s'applique qu'au produit fini lors de sa vente au consommateur final en vue d'une consommation immédiate.

LES BOISSONS NON ALCOOLIQUES

51. Les boissons non alcooliques destinées à une consommation immédiate sont les boissons servies dans des contenants ne permettant pas leur conservation (gobelets, verres en plastique, tasses en carton...) tels que le café, le thé, les boissons chocolatées, jus de fruits, smoothies, sodas, sirops, etc.

Les boissons non alcooliques servies dans des contenants permettant leur conservation, tels que les bouteilles, fûts, briques ou cannettes (en plastique ou en métal), ne sont pas considérées comme des ventes à emporter.

Remarque : les boissons alcooliques, qu'elles soient à emporter, à livrer ou à consommer sur place, sont soumises au taux normal de TVA.

LES PRODUITS ALIMENTAIRES

52. Les viennoiseries, pâtisseries et produits de boulangerie, quel que soit leur conditionnement, sont

réputés ne pas être nécessairement destinés à une consommation immédiate. Ils sont donc soumis au taux réduit de 5,5 %.

Attention ! Il s'agit d'un régime dérogatoire prévu uniquement par cette circulaire et qui ne figure pas dans la liste des produits bénéficiant du taux à 5,5 %. En conséquence, les viennoiseries vendues en boulangerie sont taxées à 5,5 %, quand celles proposées par l'hôtelier au petit déjeuner sont soumises à 7 %.

53. Les glaces vendues à l'unité non conditionnées (notamment en cornet, pot individuel ou sous forme d'esquimau) sont soumises au taux réduit de 7 %. Les glaces vendues conditionnées sont taxées au taux réduit de 5,5 %.

54. Les sachets de chips, les yaourts vendus avec ou sans cuillère, les fruits - même vendus à l'unité - sont réputés ne pas être nécessairement destinés à une consommation immédiate. Ils restent donc soumis au taux réduit de 5,5 %.

LES LIEUX DE VENTE

55. Les boissons non alcooliques et les produits alimentaires vendus en vue d'une consommation immédiate sont taxés au taux réduit de 7 % selon les critères définis dans les paragraphes précédents, indépendamment de leur lieu de vente, que celui-ci offre ou non par ailleurs un service de restauration sur place. Sont notamment visés les établissements de restauration rapide, les grandes surfaces alimentaires, les enseignes commerciales exerçant une activité accessoire de restauration, les vendeurs ambulants, les vendeurs à la criée, les marchés, les bars, les salles de cinéma, les stades, les lieux de spectacle, les boulangeries, les stations-service, les maisons de la presse, les services de restauration à bord des trains, les distributeurs automatiques de boissons et de produits alimentaires, etc.

Si les produits sont vendus en association avec un service (fourniture de salle, de matériel, de personnel... liée à la vente de la nourriture), l'ensemble est considéré comme un service de restauration et est donc soumis au taux réduit de 7 % (art. 279 m du CGI).

PASCALE CARBILLET

Blog des Experts 'Droit du travail en CHR : tous les contrats de travail (+ modèles)' sur www.lhotellerie-restauration.fr

TAUX DE CONVERSION

Pour obtenir un prix hors TVA à partir d'un prix TTC, on applique l'un des coefficients de conversion suivants selon le taux de TVA :

Taux TVA	Coefficients de conversion
2,1 %	0,979
5,5 %	0,947
7 %	0,934
8 %	0,925
8,5 %	0,921
19,6 %	0,836



Lire les autres articles sur le sujet, l'instruction fiscale dans son intégralité, les réactions d'autres professionnels ou réagir avec le mot-clé **RTK7213** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr



“Je crois dans le haut de gamme”

Avec dans l'escarcelle trente-sept ans de passion, cet artisan qui parcourt lui-même les plantations pour sélectionner ses arabicas veut faire de son groupe spécialisé dans la distribution automatique un vecteur de qualité.

Sylvain Caron, meilleur torréfacteur de France 2011, veut séduire la restauration étoilée



De g. à d., lors de la remise du prix dans sa brûlerie de Chatillon-Montrouge (92) : **Églantine Lhoir** du comité français du café, **Jean-Pol Hindré**, adjoint au maire de Châtillon, **Anne Caron** (la fille de Sylvain), **Sylvain Caron** et **Nicolas Bellangé**, de la société Belco (importateur).

Sylvain Caron revendique le titre d'artisan torréfacteur. Derrière lui, trente-sept ans de passion et la volonté affichée de créer son propre café. Un mélange de 4 grands crus d'arabica lavés, qu'il sélectionne lui-même après avoir parcouru de

nombreuses plantations à la recherche d'un caractère, d'une personnalité. Arrivé à l'heure de la torréfaction, il choisit l'acidulé, la longueur en bouche et des arômes de fleur de cacao exaltés. En décembre 2010, l'homme était au Guatemala, avec les planteurs, pour l'inauguration d'une école que l'entreprise Caron a subventionnée. L'an dernier, c'est un projet d'irrigation qui a été mis en place. Sylvain Caron, qui s'est spécialisé dans la distribution automatique, estime que le segment doit être vecteur de qualité et s'inscrire aussi dans le développement durable.

“Nous sommes fiers d'avoir ajouté au savoir-faire de nos équipes notre expérience de torréfacteur et notre passion pour les grands crus. Tous nos distributeurs sont alimentés par du café en grains, fraîchement torréfié. Il est moulu à chaque sélection, gobelet par gobelet”, témoigne-t-il.

“LE CAFÉ CARON FAIT LA DIFFÉRENCE”

La société s'est tournée également depuis quelques années vers la restauration à partir de trois produits : son mélange d'arabicas grands crus, un décaféiné

sans solvant et une gamme de thés grandes feuilles en sachet mousseline. **Jean-Louis Couppé**, patron du Misia Café, dans le VIII^e arrondissement de Paris, est un adepte : “Lorsque je fais des dégustations à l'aveugle, le café Caron fait la différence. La qualité de leurs produits est excellente, celle du service tout aussi impeccable et je suis libre.” En effet, Caron ne fournit pas les machines à café aux restaurateurs. Un choix commercial. Alors qu'il compte une cinquantaine de clients dans le circuit CHR - et parmi eux encore Le Pavillon de la Tourelles à Vanves (92) ou Le Restaurant du Marché (rue de Dantzig, dans le XV^e arrondissement) emmené par **Francis Leveque**, qui a travaillé aux côtés de **Michel Lorain** et **Jean-Pierre Vigato**, Sylvain Caron vient d'annoncer son intention d'aller à la rencontre des étoilés. “Je crois dans le haut de gamme, dans le respect du produit et dans la recherche de l'exception”, a-t-il confié lors de la remise du prix du Meilleur torréfacteur de France 2011, qui lui a été décerné la semaine dernière dans sa brûlerie de Chatillon (92) par le Comité français du café, organisateur du concours. **SYLVIE SOUBES**

Pour compléter son offre ‘solutions boissons’

Alors que le marché européen du thé en hors foyer a connu une belle progression, le groupe décline une nouvelle offre sous la bannière Nestea.

Thés et infusions chez Nestlé Professional

C'est en collaboration avec Hälssen & Lyon que Nestea Premium Selection vient de lancer une gamme de trois thés et de trois infusions pour l'hôtellerie et la restauration. “Le marché européen du thé en hors foyer a connu une forte croissance au cours de ces dix dernières années et offre encore de belles perspectives : en 2010, on dénombre plus de 275 milliards de tasses servies selon Euromonitor”, explique Nestlé Professional qui souhaitait aussi par ce référencement compléter son offre ‘solutions boissons’.



English Breakfast, un sachet de saveurs, mélange de thés noirs et bio.

La division professionnelle de Nestlé insiste par ailleurs sur l'image du thé qui associe bien-être et relaxation. “On boit une tasse de thé pour prendre soin de soi et se faire plaisir, ou pour vivre une expérience agréable. Le thé est une excellente boisson désaltérante, accessible et facile à consommer.” D'où le choix de réunir aussi cette nouvelle offre sous la bannière Nestea, “qui se positionne de plus en plus sur la naturalité”. À découvrir donc : Earl Grey (bio), un mélange de thés noirs aromatisés à la bergamote, un incontournable pour

les amateurs de thé (il se consomme le matin ou en cours de journée). English Breakfast (bio), mélange de feuilles de thés noirs au parfum corsé et robuste, idéal, comme son nom l'indique, à l'heure du petit déjeuner. Thé vert, qui présente en bouche un bel équilibre entre les notes de thé vert et le parfum doux et frais du jasmin. Quant aux infusions, celles-ci portent sur la menthe, la camomille et une plante sud-africaine, le rooibos, alliée à du miel, pour une pause gourmande originale. **SY. S.**

Des recettes qui secouent Cocktails d'hiver G'Vine

Le gin français, G'Vine, vous propose trois cocktails à découvrir devant un feu crépissant.

G'INSIDE OUT

Ingrédients

- 2 shots* de G'Vine Floraison
- 1/4 shot de sirop citronnelle-aloé vera ou sucre liquide
- 1/4 shot de pastis
- 1/2 shot de crème de pêche
- 1/2 shot de jus de clémentine
- 1/2 shot de jus de citron vert pressé
- 3/4 shot d'eau gazeuse

Progression

• Verser tous les ingrédients dans un verre à mélange, sauf l'eau gazeuse. Ajouter ensuite la glace. Shaker et servir dans un verre haut. Décorer avec une petite branche de fenouil et quelques groseilles.



G'LITTERING FRUIT

Ingrédients

- 2 shots de G'Vine Floraison
- 3 kumquats
- 1/3 de citron vert
- 1/2 shot de sirop de gingembre-fleur de sureau ou sucre liquide
- 1 shot de champagne brut



Progression

• Piler les kumquats, le citron vert et le sirop, mélanger avec G'Vine. Ajouter la glace, shaker et verser en filtrant dans un verre à cocktail contenant le champagne. Décorer avec une fleur de kumquat et une framboise.



G'VINE RUBY

Ingrédients

- 1/2 shot de G'Vine Nouaison
- 1/2 shot de crème de cerise
- 1/2 shot de crème de cassis
- 1/4 shot de sucre liquide
- 1/2 shot de jus de citron pressé
- 1/2 shot de jus de grenade
- 1/2 shot de champagne brut

Progression

• Verser les ingrédients, sauf le champagne, dans un verre à mélange. Ajouter la glace, shaker et tamiser dans une flute. Compléter avec le champagne. Décorer avec un kumquat et un zest d'orange.

*1 shot = 30 ml

www.g-vine.com

Bonnes pratiques

Rythme décalé, stress du coup de feu, sommeil insuffisant, il n'est pas toujours simple d'exercer son métier tout en conservant une bonne hygiène de vie.

Restaurateurs : comment concilier équilibre de vos repas et votre métier

Journées à rallonge, absence de vrai repas, petit déjeuner souvent inexistant, dîner copieux et pris tard le soir, grignotage (il faut bien goûter les plats), stress, sommeil insuffisant... Travailler en restauration peut facilement avoir un impact négatif sur l'alimentation quotidienne, et donc sur la santé. Regardons en détail l'alimentation de monsieur P., chef-gérant d'un bar-brasserie de 40 couverts ouvert midi et soir en semaine, employant un commis et une serveuse :

- **à 6 h 30** : café noir sucré, un verre de jus de fruit, 2 croissants ;
- **entre 9 heures et 15 heures** : plusieurs morceaux de fromage, un peu de charcuterie, quelques bouchées de pizzas, quelques frites, un peu de viande du plat du jour pour vérifier l'assaisonnement et la cuisson, un peu de pain et de rillettes de thon (proposées aux clients en amuse-bouche), quelques tuiles aux amandes et un peu de chocolat, un verre de vin, une bière, deux cafés sucrés et beaucoup d'eau ;
- **à 21 h 30** : restes du plat du jour (deux portions copieuses de couscous), l'équivalent d'une demi-baguette avec du beurre, une portion d'un dessert proposé à la carte (un fondant au chocolat) et deux yaourts aux fruits, un verre de vin et de l'eau.

À quelques variantes près, bon nombre d'entre vous se retrouveront certainement dans cet exemple. Le petit déjeuner est très vite pris et s'oriente vers des choses faciles à manger ; le déjeuner se transforme en grignotage incessant pendant la matinée et jusqu'à la fin du service ; le dîner est trop copieux mais après une telle journée de travail, pendant laquelle on ne s'est pas vraiment posé, la faim et la fatigue incitent à manger plus.

La valeur énergétique de cette journée avoisine 3 700 kilocalories (kcal), alors que les apports énergétiques quotidiens conseillés pour M. P. sont de 2 500 kcal. Cet excédent peut facilement avoir des répercussions néfastes sur l'organisme : prise de poids, augmentation du taux de cholestérol, hypertension, risques cardio-vasculaires... L'étude épidémiologique sur l'obésité (Obépi) 2009, réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 27 243 individus de plus de 15 ans, montre un accroissement régulier du pourcentage de la population en surpoids ou obèse : en 1997, ils représentaient 9 % de la population ; en 2009, 15 %. Chez les artisans, commerçants et chefs d'entreprise, ce pourcentage est également de 15 % : stress, désorganisation des repas, manque de sommeil et sédentarité sont en grande partie à l'origine de ce phénomène.

Si l'on ne peut pas considérer les métiers de la restauration comme des métiers sédentaires, l'activité (qui se caractérise souvent par beaucoup de piétinements) n'est pas toujours suffisante pour écouler l'excédent énergétique consommé. Il est bénéfique d'avoir une activité sportive en dehors du travail pour dépenser ce trop plein d'énergie et se détendre.

COMMENT RÉÉQUILIBRER LES REPAS ET FAIRE UN BON PETIT DÉJEUNER ?

Le petit déjeuner est souvent escamoté faute de temps (et afin d'être présent dès la livraison des matières premières) ou par manque d'appétit (sachant que le repas le plus copieux est souvent le dîner et qu'il est pris tard, on n'a pas vraiment faim le lendemain matin).



Chez les artisans, commerçants et chefs d'entreprise, le pourcentage d'obésité est de 15 % : stress, désorganisation des repas, manque de sommeil et sédentarité sont en grande partie à l'origine de ce phénomène.

Il peut être parfois judicieux de revoir son organisation : soit se lever un peu plus tôt (pas toujours évident), soit préparer les éléments du petit déjeuner la veille au soir (il n'y aura plus qu'à griller le pain et le tartiner), ou encore prendre le petit déjeuner sur le lieu de travail, après avoir réceptionné les marchandises et avant de commencer les préparations. Un quart d'heure suffit pour prendre un petit déjeuner complet : boisson chaude, pain, beurre et/ou confiture, un produit laitier et un fruit ou jus de fruit (en optant de préférence pour du 100 % pur jus). Ce repas est indispensable pour tenir le coup toute la matinée et éviter les petites faims.

ET SI L'ON N'A PAS LE TEMPS DE DÉJEUNER ?

Il est souvent possible de s'organiser pour déjeuner avant le service, vers 11 heures ou 11 h 30. La mise en place doit déjà être prête à cette heure-là et les plats pourront être envoyés vers 12 heures, dès l'arrivée des premiers clients. Même si 11 heures paraît un peu tôt, ce sera préférable à une absence de vrai repas, propice au grignotage. Quant au fait de goûter les plats, cela paraît constituer un impondérable du métier mais, lorsque l'on a l'habitude des proportions, on peut se permettre de goûter de moins en moins, et, le cas échéant ou pour essayer de nouvelles recettes, ne tester que de toutes petites quantités.

Autre solution : si déjeuner à 11 heures est impossible, il convient de se préparer

un plateau-repas équilibré avec entrée (à base de légumes), plat (avec viande ou poisson et féculents), fromage et fruit. Ces aliments pourront être consommés petit à petit, en fonction du temps disponible.

LE DÎNER

Pour éviter la sensation de faim et de fatigue, l'idéal serait de prendre son dîner à 18 heures, là encore avant le service, et de s'accorder au moins vingt minutes pour manger. Les quantités consommées le soir peuvent être un peu moins importantes que celles du midi mais la structure du repas sera identique : entrée à base de légumes (c'est la saison des potages, réconfortants et rassasiants), plat principal avec viande, poisson ou œuf selon ce qui a été consommé au déjeuner, accompagné de féculents et/ou de légumes cuits et un produit laitier en dessert.

Le dessert ou un fruit supplémentaire pourront être pris le soir en rentrant, avec le reste de la famille. Dîner sur le lieu de travail permettra de mieux profiter de sa soirée, de gagner du temps. La convivialité des repas familiaux pourra être privilégiée lors des jours de repos.

ALIMENTATION DE MONSIEUR P. APRÈS RÉÉQUILIBRAGE ALIMENTAIRE :

- **à 6 h 30** : café légèrement sucré, un verre de jus de fruit 100 % pur jus, un yaourt, 3 tranches de pain avec un peu de beurre ;
- **à 11 h 30** : crudités, plat du jour et son accompagnement, un morceau de fromage et un peu de pain. Un verre de vin, eau et café légèrement sucré ;
- **vers 16 heures** : un fruit ;
- **à 18 h 30** : potage de légumes, restes du plat du jour (une seule portion) avec des légumes et un peu de féculents. Éventuellement un verre de vin, eau.
- **à 21 h 30, en rentrant à son domicile** : un produit laitier et une boisson chaude.

En mangeant de cette façon, M. P. a bien l'apport énergétique correspondant à ses besoins, soit l'équivalent de 2 500 kcal, et il met toutes les chances de son côté pour prévenir les problèmes de poids, de maladies cardiovasculaires et de carences. Bref, il sera plus en forme pour assumer les longues journées de travail intense, et préservera sa santé à long terme. Finalement, tout est question d'organisation...

LAURENCE JAFFRE-LE BOUQUIN, DIÉTÉTICIENNE

FRIGOFLEX, LE FROID MOBILE !



Promotion sur salon
**Sandwich & Snack
Show 2012**

TVA OFFERTE*

*Pour toute commande validée sur le stand B002

Eberspächer S.A.S.
Tél. : + 33 (0)1 30 69 54 76
www.eberspaecher.fr
www.frigoflex.com



À L'ARDOISE CE MOIS-CI

PAVÉ DE CABILLAUD POÊLÉ À L'UNILATÉRAL
JUS DE VEAU AU FENOUIL,
PARFAIT DE CHOU-FLEUR FAÇON DUBARRY

(avec coût matière et coût de production)

PAGE RÉALISÉE PAR TIPHAINE CAMPET, AUTEUR DU BLOG DES EXPERTS 'RECETTES ARTISTIQUES POUR PRÉSENTATIONS INSOLITES'.

Son avis



Le cabillaud rentre dans la catégorie des poissons maigres. Il s'adapte à toutes les cuissons, mais

c'est poêlé et fini au four que l'on obtient une chair délicate et fondante. Le cabillaud porte le nom de morue quand il est salé et séché, ses œufs servent à confectionner le tarama, une spécialité grecque.

LA RECETTE DU CHEF

(Marc Galais, Responsable du pôle culinaire TransGourmet)



Préparation : 20 min

Cuisson : 20 min

Pour 8 personnes : 8 pavés de cabillaud • 1 gros chou-fleur • 1 bulbe de fenouil • 2 pommes de terre • 1 citron • 100 g de crème • 50 cl de lait • 50 cl de bouillon de légumes • 2 feuilles de gélatine • Sel, poivre, noix de muscade, persil, vin blanc

- 1 Tailler le fenouil en lanières et les blanchir. Cuire le chou-fleur et les pommes de terre pelées à l'anglaise.
- 2 Marquer les pavés de cabillaud côté peau uniquement et réserver. Déglicer au vin blanc, passer au chinois, ajouter le jus de veau puis les lanières de fenouil, laisser mijoter à feu très doux.
- 3 Mixer le chou-fleur avec les pommes de terre en ajoutant la muscade, la crème, le lait, le bouillon, le jus de citron et la gélatine préalablement ramollie dans l'eau froide et essorée, monter les parfaits à l'aide de cercles ou ramequins et les cuire au four à 180 °C pendant 30 min.
- 4 Enfourner les pavés de cabillaud à 90 °C pendant 20 min.
- 5 Dresser le cabillaud et les parfaits parsemés de persil frais.

Cette recette se décline en version viande : Pavé d'onglet de bœuf poêlé, jus de veau au fenouil, parfait de chou-fleur façon Dubarry



Coût matière 3,10 €*
Niveau de qualification pour réaliser le plat Moyen
Frais de personnel de production/portion 2,40 €*

Optimisez votre carte de restaurant au quotidien avec le blog des experts '5 étapes pour améliorer votre marge après coût de production' par Philippe Lalonde sur www.lhotellerie-restauration.fr

* Se reporter au blog pour en savoir plus.

L'avis de la nutritionniste (Marie-Line Perrin, Sprim Box)



Le kaki possède une saveur sucrée venant d'une teneur élevée en glucides simples (16 g/100 g), associée à un faible taux d'acides organiques. Ce fruit, qui apporte 66 kcal/100 g, contient (surtout dans sa peau) 2,5 g/100 g de fibres essentiellement insolubles. Son astringence au goût est due à sa chair riche en tannins, dont la teneur diminue quand le fruit est très mûr. Sa couleur est liée à sa forte teneur en pigments (aux vertus anti-oxydantes) : le bêta-carotène y est particulièrement abondant (1 kaki = environ 1,4 mg), ainsi que le lycopène et des xanthines. Bien pourvu en minéraux (calcium 21 mg/100 g et potassium 170 mg/100 g), sa teneur en vitamine C (10 à 50 mg/100 g) est très variable selon la maturité du fruit.

C'est la saison

Idées plat du jour

Le cabillaud

- Navarin de cabillaud à la truffe
- Darne de cabillaud grillée, sauce béarnaise

L'onglet de bœuf

- Bœuf bourguignon à l'ancienne
- Rôti d'onglet de bœuf au poivre 5 baies



Légume/fruit du mois Le chou-fleur

Le chou est une plante vivace, issue de la famille des crucifères (chou pommé, chou rouge, chou de Bruxelles, brocolis, chou-fleur, etc.) Sa culture s'est développée dans le nord de l'Europe parce que cette plante est bien adaptée au froid. La commercialisation des différents types de choux (blanc, vert, rouge, lisse ou frisé, rond ou pointu) se succède tout au long de l'année. Le chou-fleur peut être consommé cru ou cuit. Cru, on déguste ses sommités accommodées de sauces froides, en carpaccio ou en semoule. Cuit, on le prépare à l'eau ou à la vapeur puis accompagné d'une sauce, en gratin ou en potage. La culture du chou-fleur a donné naissance à de nouvelles variétés plus originales pour le plus grand plaisir des chefs. Le chou-fleur orange, riche en bêta-carotène et plus sucré, garde sa couleur à la cuisson et s'adapte particulièrement bien aux veloutés et aux quiches. Le chou-fleur violet quant à lui est riche en tanins et se savoure cru avec un filet d'huile d'olive. (Extrait du Blog des Experts 'Le dictionnaire des fruits et légumes' de Frédéric Jaunault, conseiller culinaire chez All Fresh Logistique)

Desserts du jour

- Soufflé au kaki
- Kaki rôti, frangipane au citron vert
- Tatin de kaki au coulis de fruits de la passion

Le conseil TransGourmet

Vous pouvez remplacer la gélatine par un roux.

Accord mets et vins

Quel vin proposer avec le cabillaud ? L'avis de Paul Brunet, auteur du blog des experts 'Le vin et les vins au restaurant' sur www.lhotellerie-restauration.fr : Une recette qui met bien en évidence des éléments de base de notre cuisine 'à la française'. Pour l'accompagner, je propose un chardonnay, sélectionné par TransGourmet dans sa gamme Ancien monde. Ce cépage, qui permet d'élaborer des vins blancs parmi les meilleurs du monde (les grands bourgognes blancs, entre autres), offre ici un vin équilibré, souple, floral et exotique. Il sera en parfaite harmonie avec la chair délicate du cabillaud, la petite note anisée du fenouil, l'onctuosité du chou-fleur et la crème fraîche.



FOCUS Le Kaki

Culture : Le kaki, issu de la famille des ébenacées, est cultivé dans le Midi et les pays à climat méditerranéen. Sa zone de culture recouvre celle de l'olivier et du figuier. Il est importé en automne d'Italie, d'Espagne, du Brésil, du Pérou, de Nouvelle-Zélande et d'Israël.

Caractéristiques : Son arbre, le plaqueminier, fait partie de la grande famille des bois durs, dont une espèce du Japon, acclimatée en France. Le kaki ou figue caque, gros fruit rond de 10 cm de diamètre, à la peau fine et de couleur corail, ressemble à une tomate orange avec une large collerette verdâtre. Il pèse 150 à 400 g. Sa chair est douce, sucrée, savoureuse,

parfumée et légèrement râpeuse.

Conservation/cuisson : C'est un fruit fragile qui ne supporte pas les coups mais qui se conserve bien. Pour le choisir à maturité, il faut qu'il soit souple en main. Pour accélérer le processus de mûrissement, placez-le dans un sac de papier, mais pour le garder, placez-le dans un sac de polyéthylène perforé où il pourra être stocké au moins six semaines. Conservez le fruit en dehors du réfrigérateur. Le kaki s'utilise surtout en salade (de fruits, de riz, de fruits de mer ou de volaille). Il sert également en pâtisserie pour recouvrir les gâteaux en crème glacée ou autres spécialités bavaroises. On le déguste nature.

Il est important de le consommer à pleine maturité, lorsque la peau vire au rouge orangé et que la chair se rapproche du bletissement.



Retrouvez les produits utilisés pour réaliser cette recette sur

www.transgourmet.fr



Remise des prix le 27 février

L'établissement est l'un des principaux partenaires du concours parrainé par Olivier Roellinger, et coorganisé par l'école Ferrandi et l'Alliance produits de la mer. PAR JEAN-LUC FESSARD, 'LE TEMPS DU CLIENT'

Les Produits de la mer durables au menu du lycée hôtelier de Dinard

Le lycée hôtelier de Dinard est situé dans un parc dominant la baie du Prieuré, à l'entrée de la station balnéaire. Il offre tout l'éventail des formations de l'hôtellerie-restauration, du CAP à la licence pro. Au fil des années, il a bâti de nombreux partenariats européens (Allemagne, Suède, Angleterre, Hongrie, Espagne) et même avec la Chine. Ainsi, chaque année, plus de 100 jeunes effectuent leur stage à l'étranger, dans l'Union européenne, au Canada, aux États-Unis ou en Chine.

SENSIBILISER LES ÉLÈVES À LA PRÉSERVATION DES RESSOURCES

En 2010, le lycée avait déjà organisé avec l'Alliance produits de la mer une journée d'information baptisée Produits de la mer et préservation des ressources, sous le parrainage de **Jean-Marie Baudic**, chef du Youpala Bistrot à Saint-Brieuc (22). L'objectif était de sensibiliser et d'informer les élèves sur les enjeux



Pour **Alain Bernard**, chef des travaux du lycée hôtelier de Dinard, il faut "continuer à sensibiliser les jeunes aux enjeux d'une démarche responsable".

relatifs à la ressource halieutique et sur le rôle que les restaurateurs peuvent jouer dans sa préservation. Des professionnels de la région étaient venus discuter des défis à relever au sein de la filière. Cette fois, avec la première édition du concours Les Produits de la mer durables au menu, parrainé par **Olivier Roellinger**, il s'agit pour **Alain Bernard**, chef des travaux du lycée hôtelier, et l'équipe éducative, "de continuer à sensibiliser les jeunes aux enjeux d'une démarche responsable sur les produits que nous traitons dans nos cuisines. Nous assistons actuellement à une prise de conscience de la part des acteurs économiques et politiques sur le sujet, et c'est en ce sens que nous nous

devons de former ces jeunes professionnels". "S'il n'existe pas d'enseignement spécifique sur le thème de la durabilité des produits, ajoute le chef des travaux, notre démarche quotidienne de sensibilisation se traduit dans les ateliers d'apprentissage et de perfectionnement à un choix de plus en plus rigoureux et justifié des produits notamment des produits de la mer. Deux anciens élèves, **Jérémy Hernandez** et **Romain Pousadoux**, réalisent des démonstrations et animent des échanges notamment sur le thème de la préservation des ressources." Les épreuves du concours pour les élèves se sont déroulées le 16 janvier à l'école Grégoire Ferrandi (Paris, VI^e), celles destinées aux professionnels de moins de trente ans ont eu lieu au lycée hôtelier de Dinard le 18. Le palmarès et la remise des prix auront lieu lors du salon Prorestel, à Saint-Malo (35), le 27 février prochain.

BLOG DES EXPERTS
'DÉVELOPPEMENT DURABLE EN CHR'
SUR WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Des intervenants de haut vol Le design culinaire au programme

Guebwiller (68) Le lycée Storck a instauré un atelier en 2010, qui prend de plus en plus d'ampleur grâce à des formations dispensées par des chefs étoilés et des participations à des manifestations extérieures.



Nicolas Stamm a animé un atelier pour les étudiants.

Nicolas Stamm, chef doublement étoilé de la Fourchette des ducs (Obernai, 67), s'active en cuisine sous les yeux de son maître d'hôtel **Thomas Hirtz**, ancien du lycée Storck de Guebwiller (68), et d'un groupe d'élèves à la fois attentifs et craintifs. Ils sont observés par **Valérie Grillot-Wehrlé**, qui enseigne le design et l'art appliqué, et **Christophe Girerd**, professeur de cuisine à l'origine de l'atelier de design culinaire entamé l'année dernière. "Aujourd'hui, il [en] faut pour les papilles mais aussi pour les yeux", expliquent les acteurs de cette activité, rejoints cette année

par **Christophe Pham-Van** en salle, **Marilyn Girerd**, **Florence Diringer** et **Karine Gaulty**. Et cela ne concerne pas uniquement les plats mais aussi tout l'environnement : décor, arts de la table, dressage, ambiance... Dans ce cadre, une créatrice florale intervient auprès des élèves, ainsi qu'un jeune designer.

COLLABORATIONS ÉTOILÉES

Des actions dans et en dehors de l'école sont organisées : interventions en milieu scolaire lors de la semaine du goût, service pour des banquets mais aussi création de restaurants éphémères comme lors du futur

salon Festivitas qui aura lieu début février à Mulhouse (68). À cette occasion, des élèves de la classe BTS hôtellerie-restauration ont été sollicités par le domaine viticole Schlumberger pour le service et la cuisine, avec aux commandes **Nicolas Stamm**, **Jean-Georges Klein** (L'Arnsbourg à Baerenthal, 57, 3 étoiles *Michelin*), **Philippe Bohrer** (Philippe Bohrer à Rouffach, 68, 1 étoile) et **Christophe Grosjean** (Château de Brindos à Anglet, 64). Deux repas de gala à thème sont aussi prévus en février et au printemps, toujours en partenariat avec des intervenants extérieurs.

FLORA-LYSE MBELLA



L'équipe pédagogique, les partenaires et les étudiants, de g. à d. : **Valérie Grillot-Wehrlé**, **Thomas Hirtz**, **Christophe Pham-Van**, **Nicolas Stamm**, **Michel Arnold** et **Stéphane Chaise**.

L'Hôtellerie Restauration

L'hebdo des C.H.R. • 3 €

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

Siège : 5 rue Antoine Bourdelle
75737 PARIS CEDEX 15
Tél. : 01 45 48 64 64
Fax : 01 45 48 04 23
journal@lhotellerie-restauration.fr

**RESPONSABLES
DE RUBRIQUE**

**WEBNEWS/RESTAURATION/
FORMATION**
Nadine Lemoine
E-mail :
nlemoine@lhotellerie-restauration.fr

**ORGANISATIONS
PROFESSIONNELLES/VINS/
LICENCE IV/CAFÉS**
Sylvie Soubes
E-mail :
ssoubes@lhotellerie-restauration.fr

SERVICE JURIDIQUE
Pascale Carbillat
E-mail :
pcarbillat@lhotellerie-restauration.fr

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

SECRETARIAT DE RÉDACTION

Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

RÉDACTEURS GRAPHISTES

Patricia Delville et Nathalie Hamon

DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ

JEAN-PIERRE LESAGE

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

CHRISTIAN BRUNEAU

CONCEPTION GRAPHIQUE

Claude Veyrac/Richard Kubicz/
Provenances

COMMISSION PARITAIRE

n° 0915 T 79916
Dépôt légal à parution
Diffusion : 64 403 - ISSN 2117 - 8917

IMPRESSION

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



Après la parution d'un article dans le quotidien *Les Échos*

Dans un communiqué, le groupe exclut l'idée de toute nouvelle scission "entre son activité de management hôtelier et son activité immobilière".

Accor dément réfléchir à une foncière, mais souhaite optimiser son parc hôtelier



Dans son édition du 16 janvier, le quotidien *Les Échos* affirme que le groupe Accor réfléchit, sur les recommandations du conseil d'administration, à la création d'une foncière afin de mieux valoriser ses actifs. Si Accor dément, dans un communiqué, toute nouvelle scission, il reconnaît qu'une réflexion est en cours concernant la valorisation de l'immobilier : "La question d'une scission juridique (ou capitalistique) d'Accor entre son activité de management hôtelier et son activité immobilière n'est pas d'actualité. En revanche, parmi les options concernant l'évolution de son reporting, le groupe réfléchit à mieux identifier la partie immobilière de la partie opérationnelle, dans le but unique de gagner en efficacité." Il est vrai, comme le soulignent *Les Échos*, que ce ne serait pas la première fois qu'un groupe hôtelier se sépare de ses murs en créant une nouvelle entité. C'est ce qui s'est passé chez Marriott, avec la création de la société cotée Host Hotels & Resorts, entreprise qu'Accor connaît bien puisqu'elle a racheté les murs de l'un de ses hôtels parisiens, le Novotel Bercy, en 2011.

UN NOUVEAU VÉHICULE D'INVESTISSEMENT ?

Cette réflexion s'avère d'autant plus pertinente que l'année 2011 fait état de résultats exceptionnels pour le groupe alors que, dans le même temps, la valeur du titre ne cesse de baisser en Bourse. En effet, selon les

analystes financiers, le groupe devrait afficher un chiffre d'affaires autour de 6,13 milliards d'euros en 2011, contre 5,94 milliards en 2010, et un résultat d'exploitation en hausse, entre 510 et 530 M€ contre 446 M€ en 2010. Il n'est pas non plus illogique de penser qu'Accor - qui

a vendu un grand nombre de ses murs à Foncière des murs et Foncière des régions - pourrait vouloir apporter aux plus gros investisseurs du groupe un nouveau véhicule d'investissement interne, plus sûr et plus rentable, surtout à un moment où les offres de crédit des banques se raréfient considérablement.

ÉVELYNE DE BAST

En bref

Insee : les prix en 2011 ont augmenté de 2,5 %, ceux de la profession de 2,4 %

L'Institut national des statistiques et études économiques (Insee) vient de publier l'indicateur des prix à la consommation pour l'année 2011. Celui-ci accuse une évolution générale de + 2,5 %, alors que l'indice pour la profession s'établit à + 2,4 %. Ce chiffre élevé s'explique en partie par la hausse du mois de décembre consécutive à une consommation soutenue et à

l'augmentation du smic en début de mois. Certes, en décembre, les prix dans les cafés et les restaurants sont restés inférieurs à l'inflation générale (+ 0,2 % contre + 0,4 %), mais les tarifs des services d'hébergement ont progressé de 3,8 % sur la même période. Pour l'année 2011 dans sa globalité, la profession se situe légèrement en dessous de l'indice général (+ 2,4 % contre + 2,5 %), mais fait mieux que les produits alimentaires (+ 3,4 % en 2011), les boissons alcoolisées et tabac (+ 4,1 %)

ou les transports (+ 4,1 %). Dans le détail, les cafés et restaurants affichent une hausse de 2 % en 2011, tandis que côté hébergement, la progression est plus élevée et atteint 4,2 % en raison d'une demande soutenue tout au long de l'année. Alors que le smic vient de connaître une nouvelle hausse, il sera plus difficile pour la profession de maîtriser ses prix en raison de la hausse de la TVA qui vient de passer de 5,5 % à 7 % et des fortes hausses des tarifs de l'énergie ou des produits alimentaires.

En direct des Blogs des Experts



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

➤ Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot-clé **RTK5217** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

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