

L'Hôtellerie Restauration

Pages
centrales
Annonces
classées

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



L'innovation Pomme de Terre ré-hydratable

➔ Rondelles pour gratin



PANZANI - SAS au capital de 3 585 180 € - RCS Lyon 961 503 422 - Visuels non contractuels.



de créativité et de service

UNE MARQUE FOOD SERVICE

www.panzanifoodservice.com



Plus+

L'innovation Pomme de Terre ré-hydratable



→ Purée
liaison froide
à base de
micro-granules

PANZANI - SAS au capital de 3 585 180 € - RCS Lyon 961 503 422 - Visuels non contractuels.



de créativité et de service

UNE MARQUE FOOD SERVICE

www.panzanifoodservice.com

L'Hôtellerie Restauration

2 février 2012 N° 3275

Pages
centrales
Annonces
classées

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Le snacking vers la bonne bouffe ?

pp.36 à 40
et pp.73 à 87

Salon, p. 6

Le Smahrt,
vitrine
des nouvelles
tendances
à Toulouse

Vue professionnelle, p. 8

Frédéric Lefebvre
s'engage auprès
des salariés sur
les acquis sociaux

Juridique, p. 16

Tout
repos supprimé
doit être
récupéré

Hôtellerie, p. 98-99

**La Monnaie
Art & Spa Hôtel**
brille à nouveau



SECRETS DE CHEF

**Éric Pras a faim
de défis**

**TROIS RECETTES
EXTRAITES DE SON
LIVRE, PP. 104-111**

TOUTES LES NOUVEAUTÉS DU SALON SANDWICH & SNACK SHOW

NOUVEAU



Premium Selection

REDÉCOUVREZ L'EXPÉRIENCE DU THÉ

Thés noirs



Earl Grey

English Breakfast

Thés bio



Dégustez ces deux grands classiques du thé, pour la délicatesse et la finesse de leurs arômes.

Thé vert



Thé Vert & Jasmin

À tout moment de la journée, l'équilibre subtil entre les notes typiques de thé vert et le parfum doux et frais du jasmin.



Infusions



Menthe

Camomille

Rooibos Miel

Savorez ces infusions délicates et parfumées pour éveiller vos sens tout au long de la journée.

NESTLÉ PROFESSIONAL en direct

Infos, nutrition, conseils...

Nos experts et nos diététiciennes sont à votre écoute

0 810 065 065

(Coût d'un appel local depuis un poste fixe)

www.nestleprofessional.com

NESTLÉ FRANCE, 7 Bd Pierre Carle,
B.P. 900 Noisiel, 77446 Marne la Vallée, Cedex 2

Nestlé
PROFESSIONAL

Créateur de Solutions Culinaires & Boissons

L'édito

Point final

La semaine qui vient de s'écouler devrait rester dans l'histoire de la profession. Une fois n'est pas coutume, le président de la République et son principal opposant ont exprimé une opinion convergente sur le taux de TVA en restauration.

François Hollande a surpris son interviewer jeudi 26 janvier en affirmant qu'il maintiendrait le taux réduit pour les restaurateurs en cas de victoire du Parti socialiste à l'élection présidentielle, et **Nicolas Sarkozy**, dont la candidature à sa propre succession se précise, a confirmé la même position sur le même sujet lors de l'entretien télévisé de dimanche 29 janvier. N'en déplaise aux journalistes toujours aussi mal disposés à l'égard des restaurateurs (l'intervention des présentateurs dimanche soir illustre malheureusement jusqu'à la caricature l'inculture économique de certains), les pouvoirs publics ont pu mesurer depuis 2009 combien le passage de la restauration au taux réduit de TVA avait porté ses fruits, qu'il s'agisse de l'emploi, des conditions sociales et salariales, ou de la rentabilité d'entreprises dont beaucoup étaient au bord du dépôt de bilan. Plus réconfortant encore pour les professionnels : le débat a enfin, et une bonne fois pour toutes, été réglé en termes mesurés et objectifs par deux leaders aspirant aux plus hautes fonctions.

Aux intéressés, hôteliers et restaurateurs, de confirmer aujourd'hui plus que jamais la confiance qui leur est accordée pour contribuer au redressement économique du pays en mettant en œuvre tous les atouts dont dispose la profession, notamment au niveau de l'emploi alors que le chômage ravage l'industrie française. En 'sanctuarisant' le taux réduit de TVA pour la profession, les politiques font preuve de lucidité et de courage. À la profession de répondre à cette attente qui est aussi celle de l'opinion.

L. H. R.

En couverture : Sandwich végétal • © A Point Studio/Bridor

L'Hôtellerie Restauration

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

Siège : 5 rue Antoine Bourdelle - 75737 Paris cedex 15

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

journal@hotellerie-restauration.fr

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : CHRISTIAN BRUNEAU

• Commission paritaire n° 0915 T 79916

• Dépôt légal à parution

• Diffusion : 64 403 • ISSN 2117 8917

IMPRESSION : IMPRIMERIE IPS - 27120 PACY-SUR-EURE



CE NUMÉRO EST COMPOSÉ D'UN CAHIER DE 116 PAGES,
ET D'UN ENCART BULLETIN D'ABONNEMENT.

Presse PRO

4-14 L'actu de la semaine

16-18 Blogs des Experts & Questions-Réponses

20 Où sont les femmes ?

Hélène Samuel, Café Salle Pleyel (Paris, VIII^e)

22-23 Les artisans de l'excellence

Fabrice Gwizdac, artisan boulanger à Nancy (54)

24-36 Restauration

- 24 L'Arbalaise à Saint-Brieuc (22) 25 Le Fazoul à Toulouse (31) 26-27 La Laiterie à Lambersart (59)
28 La Bouitte à Saint-Martin-de-Belleville (73) • Les P'tits Fayots à Toulouse (31) 30 Spring à Paris (I^{er})
32 La Table de Cana à Nîmes (30) 34 Canteen à Londres (Grande-Bretagne) • U-Sushi à Los Angeles (États-Unis) 35 Sel & Poivre à Sydney (Australie)
36 Tantra à São Paulo (Brésil)

37-40 et 73-87 Spécial salon Sandwich et Snack Show

41-72 Petites annonces

88-102 Hôtellerie

- 88 Le Green à Colmiane (06) 89 Le Château des Monthairons à Monthairons (55) 90 Portrait : **Leah Marshall** (Bristol, Paris) 92 Les lobbies d'hôtels réinventés 93 Twist Inn à Belo Horizonte (Brésil)
94-95 Expatriation au Cameroun : deux hôteliers témoignent 96 Le réseau Esprit de France 98-99 La Monnaie Art et Spa à La Rochelle (17) 100-101 Public, le nouveau-né de **Ian Schragger** 102 Le W Paris Opéra à Paris (IX^e)

104-111 Secrets de chefs

Éric Pras a faim de défis

Paris (V^e) À la maison de la Mutualité, au cœur de la capitale, le chef 3 étoiles du Meurice ouvrira le 8 mars son Terroir parisien.

Yannick Alléno ouvre son premier bistrot

Le bistrot, c'est ma culture d'origine. Mes parents en tenaient un. Terroir parisien, c'est ma vision du bistrot d'aujourd'hui, assume **Yannick Alléno**, J'ai pris la concession de la maison de la Mutualité, gérée par GL Events. Le restaurant de 74 places sera ouvert 7 jours sur 7, midi et soir - avec brunch le dimanche. Le ticket moyen ne dépassera pas 30 €.

Pour le design, la collaboration avec **Jean-Michel Wilmotte** donne un cadre très épuré, des matières brutes, des couleurs sobres, tables en zinc, un comptoir de 14 places.

"REVISITER LES GRANDS CLASSIQUES DE PARIS"

Côté assiette, le chef natif de Puteaux (92) a choisi de cibler sa région d'origine et ses produits, dont il a tiré un ouvrage *Terroir parisien*, coécrit avec **Jean-Claude Ribaut** (Editions Laymon). "Depuis plusieurs années, je me suis amusé à revisiter les grands classiques de Paris et d'Île-de-France en mettant en avant sa terre, ses produits et les hommes qui les mettent en valeur. Le terroir parisien est ma source d'inspiration", assure Yannick Alléno. Après le menu sur ce thème servi au Meurice, le chef va décliner ses coups de cœur sur la carte du bistrot : maquereau au vin blanc, sole gratinée à la duxelles de gros champignons

de Paris, le pâté Pantin, les charcuteries de **Gilles Vérot** (terrines de foie de volaille et fromage de tête...), pour finir sur une niflette. Yannick Alléno s'amuse aussi avec le veau chaud (hot-dog parisien), soit une saucisse de tête de veau sauce gribiche dans du pain baguette.

En cuisine, Yannick Alléno a fait appel à un professionnel qu'il connaît bien, **Éric Castandet**, avec lequel il a travaillé au Meurice et chez Drouant. L'équipe du Bistrot parisien comprendra 14 salariés au total. Quant au vin, il aura toute sa place depuis le petit vin de pays "qui sera très bon et servi en pichet" jusqu'à la cave privée de Yannick Alléno.

"La vie, c'est le risque d'entreprendre. Bien sûr, on peut se planter, mais ce n'est pas grave. Nous avons aujourd'hui une entreprise structurée. On bosse comme des fous, on crée et on n'oublie jamais que la pertinence de nos concepts passe par la rentabilité", déclare le patron du groupe Yannick Alléno. Le petit dernier ouvre donc ses portes dans deux mois. Un nouveau créneau après La Grande Table, S.T.A.Y. et Sweet Tea. Et ce n'est pas fini.

NADINE LEMOINE

Bistrot parisien • 24 rue Saint-Victor
• 75005 Paris • Tél. : 01 44 31 54 54

YANNICK ALLÉNO AU MEURICE



Yannick Alléno avec Pierre et Noé Lurton, du château d'Yquem.

L'Hôtellerie Restauration :
Des rumeurs circulent sur votre départ du Meurice...

Yannick Alléno : Il n'a jamais été question que je quitte le Meurice. Je suis très heureux ici. Cela fait huit ans que j'y suis et c'est comme si c'était ma maison. La restauration n'y a jamais aussi bien marché, elle est largement bénéficiaire. Oui, j'ai des activités, y compris à l'étranger, mais elles sont en synergie avec les établissements du groupe. Par exemple, le Meurice n'a jamais accueilli autant de clients chinois que depuis que j'ai ouvert un restaurant à Pékin.

Vous avez des projets ?

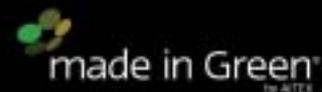
Dorchester Collection est une entreprise exceptionnelle qui sait donner les moyens pour avoir les meilleurs outils. On arrive cet été au bout de quatre années de travaux dans la cuisine, qui s'étend sur 450 m². Trois millions d'euros ont été investis. Les chambres ont été rénovées. Les espaces de restauration sont au top. D'autant que nous allons inaugurer la Table d'Yquem, salon privé de 20 m² avec vue sur les cuisines du restaurant gastronomique, d'ici trois ou quatre mois. La préfecture vient de donner son feu vert. Les travaux vont commencer dans quelques jours.

RESUINSA
TEXTILE ECOLOGY

PREMIER FABRICANT
DE LINGE ESPAGNOL
POUR HOTELS ET RESTAURANTS



UNE ÉQUIPE COMMERCIALE EST À VOTRE DISPOSITION DANS TOUTE LA FRANCE



www.resuinsa.com
resuinsa@resuinsa.com
+ 33 (0) 647 22 65 53
export3@resuinsa.com

Toulouse (31) La deuxième édition du salon des métiers de l'alimentation et de l'hôtellerie-restauration veut permettre aux professionnels du secteur de découvrir ce qui se fait de mieux dans leur domaine.

Le Smahrt, vitrine des nouvelles tendances

Du 5 au 8 février, le Smahrt, qui avait attiré 8 000 visiteurs en 2010, multipliera présentation de matériels, d'équipements, démonstrations et concours de cuisine, en forte augmentation cette année. L'objectif est de proposer les nouvelles tendances et les nouvelles techniques de chacun des métiers de la filière : alimentation, boissons, équipements, aménagement et décoration. Le nombre important de concours, une dizaine au total, souligne *"la volonté de valoriser les savoir-faire"*, affirme **Patrice Vassal**, directeur général du Smahrt. Ils seront avant tout *"festifs"*. L'un d'eux verra s'opposer 5 équipes composées de chefs du Sud-Ouest et de joueurs de rugby pour réaliser tapas et pinxos. Le jury sera présidé par **André Daguin**. Le Smahrt abritera aussi la sélection régionale du concours Gargantua qui verra s'affronter six cuisiniers opérant dans des collectivités. Le vainqueur participera à la finale nationale à Lyon, lors du Sirha 2013.

LIEU D'ÉCHANGES

Sur le thème "Toulouse, ville rose", des traiteurs, par équipe de deux, devront concevoir un buffet. Les gagnants représenteront la France lors de la finale de l'International Catering Cup, toujours au Sirha. Parmi les autres concours figurent les épreuves qualificatives Grand Sud du Master pizza France et du championnat du monde de la pizza. Enfin, sous la conduite de **Michel Roth**, une brigade composée de chefs étoilés et de Meilleurs ouvriers de France réalisera un 'repas de rêve' pour 40 convives.



Deux conférences auront pour thèmes 'L'avenir et le devenir des métiers de l'alimentation' et 'Comprendre et intégrer les évolutions réglementaires et alimentaires en restauration collective'. Plus de 300 exposants sont attendus.

BERNARD DEGIOANNI

Smahrt • Parc des expositions • 31000 Toulouse • Tél. : 05 62 25 45 45 • www.smahrt.com

L'équipe de France des arts de la table à Rungis

L'équipe de France des arts de la table s'est rendue à Paris Caviar, au marché de Rungis, dans la nuit du 21 janvier pour déguster et sélectionner les produits de la mer qui seront servis lors du déjeuner gastronomique du 6 février, dans le cadre du Smahrt. Vingt des 115 membres de l'association prépareront et serviront un 'Repas d'exception' à l'espace des chefs du salon.



Le salon des formations tourisme, hôtellerie, restauration se déroulera, le samedi 4 février 2012 à Paris, espace Champerret, de 10 heures à 18 heures.

Le salon Studyrama, c'est déjà demain

Quel cursus suivre pour travailler dans une agence de voyage ? Comment choisir entre un BTS et une école spécialisée ? Combien d'années d'études faut-il pour devenir sommelier ? Quelles sont les formations proposées à l'université ? Autant de questions que se posent les jeunes, attirés par un univers créateur d'emplois non délocalisables. Le salon Studyrama réunira

de nombreux établissements français et internationaux, privés et publics, venus présenter leurs programmes : BTS, licences, bachelors, masters, MBA, formations en alternance. Les organismes de formation présents - écoles spécialisées et internationales, lycées professionnels, CFA - viendront à la rencontre des jeunes. Des conférences thématiques animées par des professionnels seront

organisées tout au long de la journée.

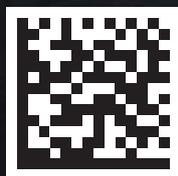
L'entrée est gratuite. Invitations gratuites sur www.studyrama.com (rubrique salons)

**Accès : espace Champerret (Hall C)
Voiture : accès direct au parking par le périphérique, sortie porte de Champerret
Métro ligne n° 3, station Porte de Champerret
Bus 84, 92, 93, 163, 164, 165
RER C, station Pereire**

TRONÇON DE TURBOT, CAVIAR D'AUBERGINE FUMÉE ET CRÈME IODÉE



NOUVEAU PACK



Découvrez toutes
nos recettes normandes
en flashant ce code



PROFESSIONNEL

Retrouvez nos actualités sur le nouveau site www.elleetvire-pro.com



Le 26 janvier, le secrétaire d'État au Tourisme a reçu les 5 syndicats de salariés représentatifs du secteur (FO, CFTC, CGC, CFDT et CGT). Ces derniers lui ont fait part de leurs inquiétudes sur l'avenir des acquis sociaux des salariés des cafés, hôtels, restaurants obtenus suite à la baisse de la TVA en 2009.

Frédéric Lefebvre s'engage auprès des salariés

Suite à la revalorisation du taux horaire du smic en décembre 2011 puis en janvier 2012, les partenaires sociaux se sont retrouvés en commission mixte paritaire le 12 janvier afin de négocier une nouvelle grille de salaires et de débattre sur le devenir de la prime TVA après le relèvement du taux réduit de 5,5 % à 7 %. Au terme d'après négociations, c'est un collègue patronal uni (CPIH, GNC, Faght, Umih, SNRTC et Synhorcat) qui a proposé à la signature une grille de salaires, avec une augmentation globale de l'ordre de 2 %, et un salaire minimum conventionnel supérieur à 1 % du smic, conformément à l'accord social du 15 décembre 2009. Les salariés étaient prêts

à accepter cette grille de salaires, néanmoins jugée insuffisante, mais ne l'ont pas fait, faute d'accord sur le devenir de la prime TVA. Ces derniers revendiquent son maintien, et souhaitent qu'elle ne s'appuie plus sur la TVA, pour devenir une prime compensant les contraintes professionnelles (horaires en coupure, travail le soir et le week-end...). Fort de la clause de l'accord de 2009 conditionnant le maintien de la prime au taux réduit à 5,5 %, le collègue patronal a proposé de la garantir uniquement pour la période du 1^{er} juillet au 31 décembre 2011, puis de se retrouver en mars 2012 pour négocier son devenir. Les syndicats de salariés rappellent l'engagement du collègue patronal de maintenir les

avantages sociaux si toutes les formes de restauration se voyaient appliquer le relèvement du taux de TVA à 7 %. L'intersyndicale précise que le secrétaire d'État leur a confirmé que même avec un taux de 7 % pour les entreprises de la branche, le secteur bénéficie toujours d'un taux réduit de TVA. Dans ces conditions, le contrat d'avenir devait être respecté, notamment en ce qui concerne le volet social. Selon les syndicats de salariés, **Frédéric Lefebvre** s'est engagé à rappeler aux organisations patronales leurs engagements. L'intersyndicale réserve donc toujours sa signature de l'accord salarial et reste extrêmement attentive à l'évolution des accords de branche signés en 2009. **PASCALLE CARBILLET**

Au palais des expositions de Nice, pour son édition 2012, le salon Agecotel a proposé une multitude de nouveautés.

JEAN-GABRIEL DU JAIFLIN, JGDJ CONSEIL



Le four à pizza Morello Fornin.

Agecotel à la loupe

Le salon Agecotel a été l'occasion de découvrir les grands de la fourniture d'équipements professionnels : Bos Équipement, Chomette Favor, Dimco, La Raphaëloise Hôtelière, Eberhart Frères. À l'affiche, LCI Serafec avec des innovations Franstal comme son nouveau four multi-

cuissons et armoire froide avec côtés intérieurs en inox. Plusieurs fabricants italiens se sont fait remarquer, comme Morello Forni et ses fours à pizza (diffusés via Carmat CHR).

Côté préparations, Robot-Coupe lance un nouveau batteur-mélangeur 8 litres, le RM8 ultrasilencieux. Côté chaud, Frima France SAS et Frima Rational présentent le four Hounö, avec l'efficacité du four traversant double-porte PassThrough, idéal pour une cuisine ouverte. Ambassade de Bourgogne a dévoilé son concept Westahl

de cuisine mobile : Open'cook, tout électrique ou gaz, avec four de cuisson ou de remise en température. Gamko séduit avec sa nouvelle façade de bar lumineuse. RGTE propose des comptoirs de bar, chambres froides, panneaux à largeur modulable et vitrines réfrigérées sur mesure. En ventilation-climatisation, NEO présente un équipement spécifique tout inox. GO IN, Coulomb, Ligne Vauzelle, Couleurs du Sud ont présenté un grand choix de mobilier de salle et de terrasse. Côté arts de la table, Guy Degrenne a exposé sa promotion spéciale hôtellerie printemps 2012. Ecotel Soniva a aussi marqué les esprits. Hors équipements, plusieurs sociétés valaient le coup d'œil : pour les fermetures de terrasse, Klozip Sarl et Madira MVA ; côté transport, Fraikin, Petit Forestier, et les cuisines mobiles Modulo Kit ; chez les distributeurs de produits d'accueil et d'hygiène, Firplast, Sodipec, Jimmy SARL, Elezia Hôtellerie. Mention spéciale à Élément'air avec son destructeur de graisses à placer dans le bac du même nom.

Blog des Experts

'Matériels et équipements en CHR : faire son choix'



UN PRIX LÉGER, UNE OFFRE ADAPTÉE À VOTRE MÉTIER.



Notre objectif : vous proposer des offres gaz naturel sur-mesure à des tarifs compétitifs. Quelle que soit votre activité professionnelle, nos conseillers énergies sont à votre disposition pour vous accompagner ou pour répondre à vos questions. Contactez l'agence proche de chez vous au :

N° Vert 0 800 730 022 ou sur www.masolutiongaz.fr

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

Offres réservées aux clients professionnels consommant plus de 30MWh/an.

L'énergie est notre avenir,
économisons-la !



Vous ne nous choisissez pas par hasard

TOTAL

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

LES PARTENAIRES



TRANS GOURMET
Engagé à vos côtés



COMMENT PARTICIPER ?

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

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

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

concours@lhotellerie-restauration.fr



**Vous êtes chef d'entreprise ?
Votre entreprise a moins de 250 salariés ?**

Bénéficiez pendant un an d'une compensation totale des charges patronales pour toute embauche supplémentaire d'un jeune en alternance, avant le **30 juin 2012**.

Plus d'infos sur : www.alternance.emploi.gouv.fr

Il n'y a que des avantages à embaucher en alternance.



MINISTÈRE DU TRAVAIL,
DE L'EMPLOI
ET DE LA SANTÉ

MINISTÈRE CHARGÉ
DE L'APPRENTISSAGE
ET DE LA FORMATION
PROFESSIONNELLE

Où en est la bière en restauration ? Hervé Marziou, biéologue, fait le point. PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVIE SOUBES

Bière en restauration : encore du chemin à parcourir

L'Hôtellerie Restauration : Comment se comporte la bière en restauration aujourd'hui ?

Hervé Marziou : Au restaurant, la bière est bien présente. Je ne connais pas de restaurant, quel que soit son positionnement, qui n'a pas de bière pour répondre à la demande de ses clients. Mais l'initiative de boire une bière revient aux clients. Et pourtant le restaurateur, aujourd'hui, sait mieux faire ses choix parce qu'il a acquis une meilleure connaissance de la bière et de ses variétés. S'il se limite à 3 références, son client pourra choisir entre une bière de désaltération, une bière de dégustation et une bière de saison. Les bières de Noël, de printemps ou blanches se sont aussi imposées.

Et à table ?

La bière est rarement proposée pour accompagner des plats. Elle ne doit pas prendre la place du vin, mais elle peut être mieux venue sur certains plats. Le développement de la bière aux repas est lent mais il va se faire. Deux exemples : Le Bar romain (rue Caumartin, Paris, VI^e) a remis en fonction son installation de bière à la pression pour la proposer aux repas. **Romain Tichenko**, qui vient de réaliser son rêve de Top Chef en ouvrant son restaurant Le Galopin, place Sainte-Marthe à Paris, a une carte courte d'excellents vins mais propose une bière pression d'un grand brasseur international et une bière bouteille d'un jeune brasseur plein de talent.

De grands chefs s'intéressent à la bière. Pourquoi ne la mettent-ils pas à leur carte ?

Il est rare que les grands chefs n'aiment pas la bière mais il faudrait une révolution pour qu'ils la mettent à leur carte. Pourquoi ? Parce qu'ils ne connaissent pas la bière ! Ni la naturalité de ses matières premières et de son élaboration, ni la richesse de sa palette aromatique et de ses saveurs. Ils sont fiers, à juste titre, de leur exceptionnelle cave à vins mais ils ajouteraient une corde à leur arc s'ils se constituaient une cave à bières, notamment auprès de leur clientèle internationale. Pourquoi la presse a-t-elle si peu parlé de **Ferran Adrià** quand il est allé dénicher une bière pour une de ses créations culinaires, qui ne pouvait selon lui qu'être accompagnée de bière ? De plus, on peut tout à fait proposer une bière sur un plat et des vins sur les autres



Hervé Marziou a été pendant de nombreuses années le biéologue d'Heineken, terme qu'il a lui-même construit.

au cours d'un même repas, à condition de le faire en connaisseur.

La bière se prête-t-elle aux cocktails ? Quelles recettes vous paraissent les plus intéressantes ?

Une bière se suffit à elle-même pour satisfaire son dégustateur. Mais pour le barman, la complexité de la bière avec sa fraîcheur, ses bulles, sa mousse, sa texture, ses couleurs, son amertume, représente une réelle opportunité. Les cocktails à la bière ont une place à part car ils sont particulièrement désaltérants et peuvent être peu alcoolisés. Le cocktail est très tendance et le long drink est le plus demandé. Alors respectez les règles de la réalisation d'un cocktail bière : choisissez la bière adéquate (15 à 20 cl), faites le choix d'un seul alcool fort (2 cl) pour lui donner du corps, et d'une liqueur (2 cl), d'un sirop ou d'un jus de fruit pour compléter ses arômes et ses saveurs. La richesse et la variété des bières offre une multiplicité de compositions possibles.

La bière en cocktail

Hervé Marziou conseille le Despérito. Au fond d'un tumbler, mettre un demi-citron coupé en cubes et des feuilles de menthe. Donner 3 tours de pilon. Ajouter une petite cuillère de cassonade, 2 cl de rhum blanc, 2 cl de liqueur de pamplemousse. Remuer délicatement la cuillère de bas en haut. Remplir le verre de glace pilée puis de Despérito. Y piquer deux pailles et des feuilles de menthe.



Enveloppé 1 morceau 3 g : Pour les amateurs de café de grande origine

Dosé en sucre avec justesse, ce petit enveloppé 1 morceau 3 g sucrera avec légèreté vos espressos, tout en magnifiant l'arôme de votre café "grand cru". **Écologique, il respecte l'environnement grâce à son emballage totalement recyclable.**

Une fois n'est pas coutume : c'est une lutte interne au département qui aura mobilisé le syndicat ces derniers temps, en plus des dossiers des nouvelles normes hôtelières, de la modernisation des restaurants ou des actions de formation.

L'Umih 85 en action

Tout est venu de la thèse universitaire de l'adjoint à la direction du comité départemental du tourisme (CDT) de Vendée, dans laquelle il critiquait largement les actions menées par l'ensemble des acteurs du tourisme, à l'exception du CDT. Ce règlement de compte par travail universitaire interposé a fait bondir tous les acteurs mis en cause, dont l'Umih, qui se sont unis pour exprimer leur mécontentement et demander davantage de transparence dans le fonctionnement du CDT. Le conseil général a finalement tranché en leur faveur : une agence de développement économique - à laquelle ils seront associés - devrait être créée et absorber le CDT. *"On souhaite que dans cette structure, les différents*

partenaires puissent travailler en collaboration et non pas en rivalité", précise **Joël Giraudeau**, le président de l'Umih 85.

DE NOMBREUX DOSSIERS TECHNIQUES

Les dossiers techniques n'ont pas été pour autant abandonnés. L'Umih 85 a organisé le 19 janvier une réunion auprès de 75 maires et personnels administratifs de mairie pour faire le point sur la délivrance des licences des débits de boissons. Le syndicat assiste également les hôteliers dans la procédure de classement nouvelles normes et leur facilite le travail en établissant avec eux un pré-diagnostic.

Pour la restauration, ce sont des prêts à la modernisation qui ont été mis en place, à travers la signature



Joël Giraudeau, président de l'Umih 85 depuis vingt ans.

d'une convention entre Oseo, la CCI et l'Umih en octobre dernier. *"La problématique du fonctionnement de ce dispositif c'est l'information, constate Joël Giraudeau. Information des restaurateurs et de leurs comptables, mais également des conseillers bancaires au niveau des agences locales car, bien souvent, les prêts se décident à ce niveau."* ■ **ÉLODIE BOUSSEAU**

UN PANORAMA SANS FARD DE L'HÔTELLERIE VENDÉENNE

L'enquête menée par la commission de modernisation de l'offre touristique met en avant les insuffisances de l'hébergement, en termes de confort, d'équipements mais aussi de capacité d'accueil.

En mars 2011, une commission de modernisation de l'offre touristique est venue étoffer le panorama dressé habituellement par l'observatoire du tourisme. Objectif : mener une vaste étude pour faire un état des lieux et identifier les besoins des professionnels. Au final, la situation de l'hôtellerie vendéenne est peu brillante. Sa capacité d'accueil la place au 45^e rang français et 8^e sur 8 pour la façade atlantique. Les hôtels vendéens sont de petits établissements : 22 chambres en moyenne,

et 26 pour les seuls établissements classés (contre 36 au niveau national). Un hôtel sur cinq souhaite progresser dans son classement et ils sont nombreux (42 %) à prévoir des travaux ou des investissements. Pour la sécurité incendie, la situation était contrastée six mois avant la date limite : 75 % des entreprises avaient déjà réalisé des travaux, mais 17 % n'avaient pas encore établi leur diagnostic. Au-delà des normes, on peut s'interroger sur la possibilité pour nombre d'hôtels

vendéens de satisfaire aux tendances du marché. À l'heure actuelle, un certain nombre d'équipements pourtant courants au niveau national sont encore peu répandus dans le département : 4 chambres sur 10 proposent un lit de 160 cm de large, et moins de 6 sur 10 disposent d'une isolation phonique. La taille des chambres pose problème : si près de la moitié font plus de 16 m² et sont donc adaptées à la fois aux normes et aux tendances du marché, 14 % ne peuvent être exploitées qu'en single,

loin du cœur de cible. Sur le plan financier aussi, l'adaptation va s'avérer délicate - au moins pour 50 établissements non classés ou une étoile - qui ne pourront pas prétendre aux aides régionales. Mais **Florence Gautron-Brillant**, responsable du département compétitivité économique, considère cette étude comme un point de départ : *"On va en déduire des pistes pour les professionnels, mais surtout, l'étude va permettre la mobilisation des pouvoirs publics afin de débloquer des fonds pour sauver l'hôtellerie."*

Le président national des restaurateurs de l'Umih et de la branche en Vendée - propriétaire de la brasserie phare de La Roche-sur-Yon, Le Clémenceau - s'est battu de longues années pour obtenir le taux réduit en restauration.

Philippe Villalon, le tigre de la TVA

Avec l'adoption de la TVA à 5,5 % pour la restauration, 2009 aura été une année charnière pour **Philippe Villalon** qui a connu l'aboutissement d'années de travail acharné. Bras droit d'**André Daguin**, il a organisé pour l'Umih toutes les manifestations de terrain venues s'ajouter au travail de fond pour faire évoluer le dossier à Bruxelles. Au niveau départemental, c'est aussi le dossier de la TVA qui aura été son cheval de bataille principal depuis son élection en 2003. Et qui l'est resté aujourd'hui, afin de le défendre face aux critiques *"de ceux qui ne connaissent pas le dossier"*. C'est également cette année-là que Philippe Villalon le restaurateur

rachète Le Clémenceau, seul établissement de La Roche-sur-Yon ouvert en continu jusqu'à minuit tous les jours. Le pari consistait à donner un coup de jeune à cette institution, sans en changer l'esprit. Des équipes agrandies, une décoration repensée, une carte étoffée et montée en qualité ont apporté un style plus parisien à la brasserie en lui laissant sa fonction de 'carrefour social'. Aujourd'hui, c'est vers un autre établissement historique, à Nantes cette fois, que se tournent les efforts de Philippe Villalon. Il vient de racheter le Café de l'Europe un café-brasserie datant d'avant-guerre et devrait, cette fois encore, se lancer dans des travaux de modernisation.



É. B. Pour **Philippe Villalon**, la TVA à 7 % ne remet pas en cause les acquis des restaurateurs, puisque *"il s'agit là d'un effort commun à l'ensemble des Français"*.

Flashcode



web



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

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

Retrouvez toutes nos sessions
sur commerce.cci.fr



0820 012 112
entreprises.cci.fr



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

Salon International
de l'Alimentation
et des Produits Halal
9^{ÈME} ÉDITION

حلال
HALAL
EXPO

3-4 AVRIL 2012
PORTE DE VERSAILLES PARIS - PAVILLON 3

DEMANDEZ VOTRE BADGE D'ACCÈS GRATUIT SUR
PARISHALALEXPO.COM & PIZZAPASTAEXPO.COM

FINALE
GIRO PIZZA

FINALE MASTER
PIZZA FRANCE

5^{ème}
édition

— pizza & pasta —
EXPO

Salon International
de la Pizza et de la
Restauration Italienne

Made by
GL
events

FOODS
GOODS

□ Blogs des Experts & Questions-Réponses

Une question ?
Rendez-vous sur les
Blogs des Experts

sur www.lhotellerie-restauration.fr

Tout repos supprimé doit être récupéré

Suite à l'absence d'une salariée, les plannings ont dû être modifiés le jour-même et un des salariés qui devait bénéficier d'une demi-journée de repos est resté 2 h 30 de plus. Comment cela se passe-t-il pour cette demi-journée de repos qui n'a pu être prise ? Est-elle seulement compensée par le paiement des heures supplémentaires ou doit-elle être rattrapée ? Si oui, dans quels délais ?

STELLA

Les heures supplémentaires s'apprécient à la semaine. Tous les salariés qui ont effectué des heures supplémentaires pour remplacer leur collègue absente vont bénéficier du paiement de ces heures avec la majoration correspondante : les 4 premières heures sont majorées au taux de 10 %, les 4 suivantes au taux de 20 % et au-delà de 8 heures elles sont majorées au taux de 50 %. Votre salarié va donc bénéficier du paiement de 2 h30 majorées à 10 % en contrepartie du travail effectué. De plus, en réalisant ces heures supplémentaires, il n'a pas pu bénéficier de sa demi-journée de repos, que vous devez donc lui faire récupérer. L'alinéa 3 de l'article 21 de la convention collective des HCR du 30 avril 1997 relatif au repos hebdomadaire prévoit la possibilité de différer et de reporter une partie des jours de repos hebdomadaire, ainsi

que les délais pour compenser le repos non pris. Ce délai est de 6 mois dans les établissements permanents de plus de 10 salariés, et dans l'année suivant la suppression de ce repos pour les établissements de 10 salariés au plus. En outre, dans le cadre de contrôle de la durée de travail, en cas de report de repos hebdomadaire, vous devez tenir à jour un registre ou tout autre document comportant le nombre des demi-journées ou journées reportées pour le mois considéré et les délais maximum de report de ces jours, ainsi que le nombre de demi-journées ou de journées compensées pour le mois considéré. ■

Blog des Experts :
'Droit du travail en CHR :
tous les contrats de travail
(+ modèles)'
Pascale Carbillat

Nouveau en crèmerie

Nouveau



Une gamme de sauces modernes, prêtes à l'emploi.

Les nouvelles sauces à la crème Debic s'adaptent à tous les modes de réchauffage sans se déphaser.

Cinq sauces réfrigérées sont déjà disponibles :

- sauce Béarnaise
- sauce au Poivre à la crème Debic
- appareil pour gratin
- sauce Hollandaise
- sauce Champignons à la crème Debic

Elles offrent une combinaison parfaite entre praticité, saveur et qualité.

FrieslandCampina Professional - 1, rue Séjourné - 94046 Créteil - tél : 01.49.80.72.80
www.debic.com - info.creteil@frieslandcampina.com



Associions nos talents.

18 □ Blogs des Experts & Questions-Réponses

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

A-t-on le droit de revendre un établissement acquis il y a un an ?

Nous avons acquis il y a un an un second établissement via une liquidation judiciaire. Aujourd'hui, cette transaction nuit à la survie de notre société. Avons-nous le droit de revendre cet établissement et, si oui, dans quelles conditions ? Merci par avance pour votre réponse.

GEOFFROY

Monsieur,
Aux termes de l'ordonnance du juge commissaire ayant accepté le plan de cession du fonds de commerce à votre profit, une interdiction de céder ledit fonds pendant un délai de cinq années peut avoir été prévue. Si vous souhaitez le céder, il est

nécessaire, préalablement, d'être autorisé à y procéder, de sorte qu'il convient de solliciter une autorisation auprès du tribunal de commerce.

Je vous invite donc, avant de mettre en vente ledit fonds, à relire attentivement l'acte de cession.

Lire la suite de la discussion avec le code **RTK6222** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Blog des Experts
'Bail commercial en CHR'
M^e Marc Gaillard

Quelle est la marge pour une brasserie dans l'Essonne ?

Pouvez-vous me renseigner sur la marge à appliquer dans une brasserie située dans l'Essonne. Suite à la hausse des taxes et du prix des produits, je ne sais plus quelle marge appliquer, afin de ne pas être perdant et de ne pas léser mes clients.

AQUARELLE

Vous seriez perdant si vos clients vous quittaient pour aller chez vos concurrents. Le raisonnement fonctionne aussi à l'inverse : vous pourriez leur en prendre. Tout est une question de marché : l'offre et la demande, la vôtre et celle de vos concurrents... Le prix est une des composantes dans le choix du client. Plus le produit est simple, moins il y a de valeur ajoutée, et plus la comparaison est facile

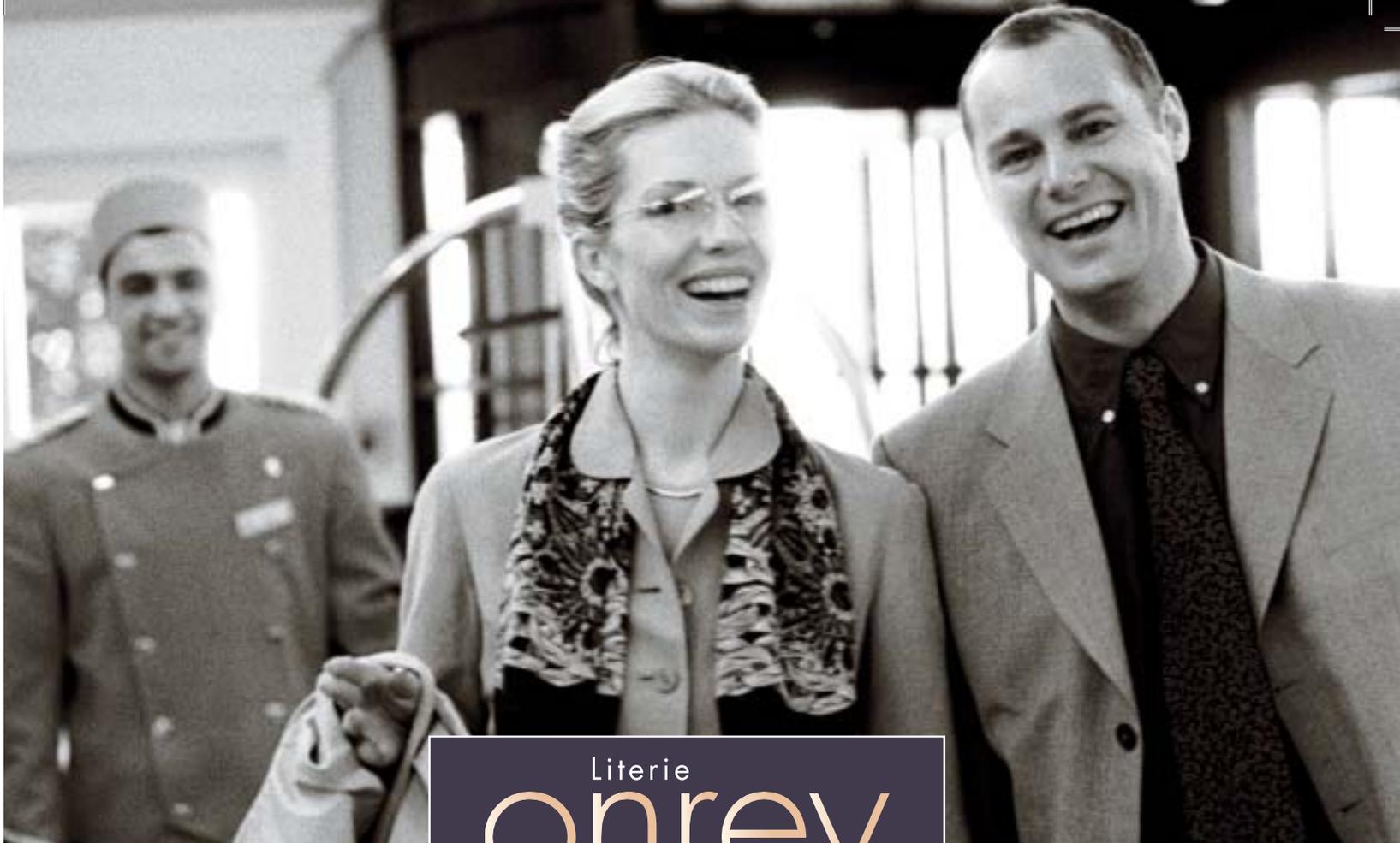
pour le client. L'exemple type est le café, avec les composantes suivantes : la localisation, le flux de clientèle potentielle plus ou moins fort, le goût, la propreté (de la vaisselle, de l'environnement, des toilettes...), la qualité du service, l'accompagnement (sucre, petit gâteau, chocolat...) et enfin le prix.

Une fois le prix déterminé - en TTC car c'est ce que paie le client -, il convient de calculer les coûts, y

compris la TVA (même si les comptables ne sont pas ok), car quand elle passe de 5,5 % à 7 % (sur le CA HT) la question est : dois-je absorber cette augmentation comme une nouvelle charge ou la répercuter au client en passant le prix de mon café au comptoir de 1,10 € à 1,12 € ? (Attention cette augmentation est arrondie à la hausse car le vrai chiffre est 1,1156397...). Vous percevez que la détermination d'un prix

de vente, d'un coût, d'une marge est plus complexe qu'il n'y paraît. C'est pourquoi je n'ai pas de réponse toute prête pour une brasserie, même si elle est située dans l'Essonne. Lire la suite de la discussion avec le code **RTK4226** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Blog des Experts
'Marge après coût de production : améliorer en 5 étapes'
Philippe Lalonde



Literie
onrev
HÔTELLERIE

LES MEILLEURES LITERIES FONT LES MEILLEURS CLIENTS



ACTIVE AIRSYSTEM® : LES MATELAS RESPIRENT LA SANTÉ

Choisir une literie Onrev, c'est assurer à ses clients le bonheur des bonnes nuits.
Avec ACTIVE AIRSYSTEM®, vous prenez encore plus soin d'eux. L'ACTIVE AIRSYSTEM® est une ventilation naturelle qui élimine l'humidité provoquée par le dormeur. Ainsi, vos matelas sont toujours secs et sains.

www.onrev-hotellerie.fr



Forte d'un parcours riche et atypique, la créatrice du Délicabar et du Café Salle Pleyel a plus d'un tour dans son sac pour faire vivre ses restaurants.

Hélène Samuel : "Créer des liens avec les clients, c'est ce que j'aime"

De Sciences-Po à la restauration, il y avait un gouffre qu'**Hélène Samuel** a su franchir. Au feeling. La quadragénaire règne aujourd'hui sur le Café Salle Pleyel. Ce restaurant tout droit sorti de son imagination est le résultat de son parcours riche et éclectique. "La Salle Pleyel est un lieu d'expression pour les artistes, j'ai souhaité faire la même chose pour la cuisine", relate-t-elle. À chacun son chef : d'orchestre pour la salle, de cuisine pour le restaurant. "J'ai voulu jouer le parallèle en invitant à chaque saison un nouveau cuisinier à signer la carte", s'amuse-t-elle. Depuis cinq saisons, se sont succédé **Sonia Ezgolian**, **David Zuddas**, **Laura Zavan**, puis **Arnaud Daguin**. Cette année, c'est au tour de l'italo-argentin **Mauro Colagreco** (Le Mirazur à Menton, 06)) d'être le chef-invité. Hélène Samuel dirige une équipe d'une dizaine de personnes (60 à 80 couverts le midi, 25 à 40 le soir). La carte, qui se compose d'un plat du jour, d'un hamburger revisité par chaque chef-invité et d'une quinzaine de propositions, change entièrement tous les trois mois.

LE DÉCLIC DUCASSE

C'est une rencontre avec **Frédéric e. Grasser** qui sera décisive dans le revirement de carrière d'Hélène Samuel - elle travaillait auparavant dans l'événementiel pour une délégation interministérielle. Elle lui trouve un stage de dix jours en pâtisserie chez Fauchon, auprès de **Pierre Hermé**, avant de la mettre en relation avec **Alain Ducasse**, alors chef de l'Hôtel de Paris à Monaco, qui cherche une personne pour le seconder. Elle a 30 ans. "Pendant quatre ans, c'était



Hélène Samuel : "Dans ce milieu qui était autrefois très fermé, être une femme, ça avait des avantages, car les gens se souvenaient de moi !"

formidable ! J'ai adoré travailler avec **Alain Ducasse**, j'apprenais tout en direct : comment changer les cartes, trouver un chef de partie... J'ai découvert de multiples facettes du métier." Puis vient l'ouverture du Restaurant Alain Ducasse à Paris, les fréquents allers-retours et l'envie de retrouver la capitale à plein temps. Retour à Paris donc, où elle lance sa société de consulting, Spoonfool. "Dans ce milieu qui était autrefois très fermé, être une femme, ça avait des avantages car les gens se souvenaient de moi", assure-t-elle. Elle poursuit néanmoins sa collaboration avec Alain Ducasse, en free-lance donc, notamment sur le lancement du Spoon Paris. "C'était un restaurant révolutionnaire, qui avait un temps d'avance sur tout", se souvient-elle. Puis planche sur des concepts, un

'restaurant-dînette' pour dames pour le concept-store Etam par exemple, collabore avec Marks & Spencer... La directrice commerciale du Bon Marché lui fait un jour part de son projet d'ouvrir une table au sein du grand magasin. "Je me suis dit : 'pourquoi pas ?' Nous avons fait la présentation en mai et l'ouverture en novembre." Salon de thé contemporain, le Délicabar déclinait des recettes de pâtisserie classique (millefeuille, sabayon...) aux légumes, aux fruits et au chocolat. L'aventure a duré cinq ans.

"LE CONSULTING M'A APPRIS À ÉCOUTER"

Aujourd'hui, elle continue, à travers sa société Spoonfool, le consulting pour les chaînes d'hôtels et la création de concepts. "C'est important de se tenir au courant. Plus on fait de choses à l'extérieur, plus on enrichit son épanouissement", apprécie cette femme audacieuse qui dit également aimer la convivialité de cet univers. "Même en deux minutes, on arrive à créer des liens avec les clients, c'est ce que j'aime." En tant que restauratrice, elle envisage sa mission davantage comme la création d'un lieu que le simple fait de nourrir les clients. Ce qui nécessite beaucoup de présence, d'attention, de méthodologie et d'organisation. "Le consulting m'a appris à écouter. Il faut avoir l'adhésion de ceux qui vont mettre en scène le concept qu'on a écrit, que tout le monde soit associé, ensemble, car le client sent tout de suite quand l'histoire est authentique, le produit vrai." ■

JULIE GERBET

Café Salle Pleyel • 252 rue du Faubourg-Saint-Honoré • 75008 Paris • Tél. : 01 53 75 28 44
• www.cafesallepleyel.com



Toqué

d'Eau de Perrier

Membre



Chez Fabrice Gwizdac, le pain tranche

Nancy (54) Depuis une quinzaine d'années, cet artisan boulanger passionné travaille des produits d'exception avec des méthodes artisanales : un leitmotiv qui risque de l'emmener tout en haut de l'affiche.

Dix minutes de queue. C'est le minimum à prévoir quand on vient acheter son pain chez **Fabrice Gwizdac**. Une attente longue, mais qui en vaut la peine : ici, tout est fabriqué maison. *"L'amour du travail bien fait est incontestablement mon moteur"*, aime à répéter ce boulanger de très haute voltige. Nichée au cœur de Nancy, la maison Gwizdac ressemble à une boulangerie façon XIX^e siècle, avec une ambiance particulière, un décor d'un autre temps et des meubles à l'ancienne. Si l'on trouve de tout dans cette boulange, on cultive ici quelques spécialités : le kouglof, le baba au rhum, la tarte au fromage, les croissants au beurre, et évidemment le pain, le péché mignon du patron. Fabrice en confectionne une vingtaine de variétés différentes. Et à chaque fois, il utilise des produits d'exception. De la farine d'un petit moulin de Begnecourt dans les Vosges. Du beurre extra fin AOC. Du lait de ferme. Du blé écrasé à la meule de pierre. De la levure naturelle. Et au final, un pétrissage lent, suivi d'une cuisson de deux heures et demie précises.

REMETTRE LE MÉTIER "EN HAUT DE L'AFFICHE"

Intarissable sur les qualités d'un bon pain, Fabrice, 43 ans, affiche d'un parcours sans faute. Originaire de la Moselle, où ses parents tenaient une épicerie-boulangerie, il a fait ses classes comme commis de cuisine et pâtissier dans des restaurants étoilés. D'abord à Londres, où il travailla sous la houlette des frères **Roux** (au Gavroche, 3 étoiles *Michelin*). Ensuite à Antibes, à la Bonne Auberge, chez **Joe Rostang**. *"Deux expériences hors du commun, où j'ai surtout appris à aimer mon métier et à découvrir le secteur de l'hôtellerie-restauration"*, commente-t-il un brin nostalgique.

Il revient à la boulangerie après avoir rencontré sa future épouse dans le Midi. Tous deux décident alors d'ouvrir une affaire. C'était au milieu des années 1990. Rapidement, ils passent de deux à quinze salariés. Et pour chacun de ses apprentis, Fabrice répète le même leitmotiv. *"J'aime expliquer que c'est un métier passion, qui s'exerce tant qu'on a la foi. Je demande souvent à la jeune génération de tout faire pour remettre notre profession en haut de l'affiche. Les chefs ont beaucoup été médiatisés ces dernières années. C'est aujourd'hui au tour des boulangers de montrer leur savoir-faire"*, revendique-t-il avec ferveur.

"LES GENS VEULENT DE L'AUTHENTIQUE"

Cette mentalité et cet amour du métier ont permis à la maison Gwizdac de se forger une solide réputation qui dépasse largement la Lorraine. À tel point que l'artisan boulanger a réussi l'exploit de multiplier par douze son chiffre d'affaires en dix-



FERRANDI
L'ÉCOLE FRANÇAISE DE GASTRONOMIE
PARIS

RESTAURATION - ARTS DE LA TABLE / BOULANGERIE - PÂTISSERIE

Devenez partenaire, soutenez le développement de nos métiers

Versez votre taxe d'apprentissage à FERRANDI

Date limite de versement : le 1^{er} mars 2012

www.ferrandi-paris.fr

Votre contact : Catherine Goavec - Tél : 01 49 54 17 55 - cgoavec@ccip.fr

avec le quotidien



"C'est un métier passion, qui s'exerce tant qu'on a la foi", aime à répéter **Fabrice Gwizdac**, boulanger lorrain de haute voltige.

sept ans d'exercice (960 000 € cette année, contre 80 000 € en 1994). Car Fabrice - qui s'est choisi le très médiatique **Jean-Pierre Coffe** comme mentor - peut s'avérer aussi enthousiaste que critique : "Les gens en ont franchement marre de 'bouffer' des choses sans goût et sans saveur. Ils veulent de l'authentique quand ils vont voir leurs commerçants. D'ailleurs, bien souvent, ils savent instinctivement reconnaître un bon et un mauvais artisan."

Alors, pour rester en haut de l'affiche, l'artisan boulanger se dépense sans compter. Il imagine sans cesse de nouvelles recettes, suit des formations de perfectionnement, et enchaîne même les concours régionaux. Élu meilleur boulanger de l'année en 2008 par le *Pudlo*, Fabrice vise désormais le titre de Meilleur ouvrier de France. "C'est le titre qui me manque !", confie-t-il sans détour. ■ **MYLÈNE SACKSICK**

Maison Gwizdac • 19 rue Raugraff • 54000 Nancy
• Tél. : 03 83 32 12 30



Retrouvez une recette de **Fabrice Gwizdac**, le **Baba de Nancy**, avec le mot clé **RTR817645** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

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

La nouvelle scène de L'INNOVATION

Inventez vos nouvelles réussites !



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

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

Des concours prestigieux

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



SuccessFood & Européen



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

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

Votre **BADGE ÉLECTRONIQUE GRATUIT** avec le code invitation **PRD** sur www.success-food.com ou sur le site mobile : flasher le QR code



Restauration

Saint-Brieuc (22) Chef étoilé, Mathieu Aumont vient d'ouvrir un bistrot en centre-ville dans lequel il propose des plats simples mais de qualité.

L'Arbalaise, un bistrot sous le signe des Pesked



L'Arbalaise prend un coup de jeune à Saint-Brieuc (22).

L'endroit est idéal, au cœur du centre-ville de Saint-Brieuc, juste derrière la Poste. **Mathieu Aumont**, chef étoilé propriétaire des Pesked, vient d'ouvrir son bistrot L'Arbalaise, dont l'offre lorgne vers la street food. *"Nous avons opté également pour les sandwiches, mais de qualité"*, Saumon fumé, salade frisée, sauce fromage blanc-échalotes, par exemple. *"Cela peut être également un bon pâté de campagne"*, à consommer sur place ou à emporter pour 9,50 € accompagné d'un dessert, d'une boisson et d'un café. Pour le reste, le plat du jour est à 9,50 € et la formule entrée-plat-dessert à 15 € - entrée ou dessert + plat à 12 €.

Un ticket moyen du midi d'environ 20 € et le soir à 26 € avec un Fish & Chips qui tend à devenir incontournable.

"REVUE DE PRESSE"

En dehors de cette offre sandwich, l'autre originalité du bistrot réside dans son amplitude horaire. *"Nous avons conservé la licence IV et nous restons ouverts toute la journée. Les clients peuvent venir s'attabler, profiter de notre petite revue de presse et consommer des thés ou des jus de fruits"*, confirme la cogérante **Marina Belvin**, ancienne maîtresse

d'hôtel des Pesked. *"En cuisine, j'ai également mis quelqu'un du [restaurant] gastronomique, **Aurore Gosselin**, qui était ma pâtissière"*, explique Mathieu Aumont. Autant dire que L'Arbalaise, cet ancien relais de poste devenu charcuterie, restaurant puis aujourd'hui bistrot, a pris un sérieux coup de jeune. Grâce à l'équipe, mais également à une décoration bistrot traditionnel-industriel refaite de A à Z. ■

Olivier Marie

L'Arbalaise

- 12 rue Michelet • 22000 Saint-Brieuc
- Tél. : 02 96 33 02 30



Une décoration bistrot traditionnel-industriel.

Toulouse (31) Après avoir boursingué à l'étranger, Laurence Sarti, à seulement 29 ans, revisite les plats du Sud-Ouest dans une maison toulousaine qu'elle a reprise en 2010.

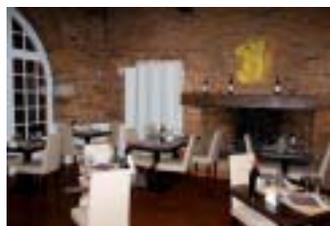
Chez Fazoul : à la fois jeune et traditionnel

Laurence Sarti, 29 ans, a ouvert en 2010, après un parcours à l'étranger, un restaurant de cuisine traditionnelle. Elle rêvait d'une table moderne avec terrasse, la voici dans une maison toulousaine en briques rouges. *"Proposer des plats du Sud-Ouest s'est imposé avec plus d'acuité"*, raconte-t-elle.

Après un baccalauréat général, Laurence Sarti décroche un BTS et un master au lycée hôtelier de Toulouse et quitte sa ville natale pour *"le plaisir de voyager et de partager des opportunités"*. Elle travaille aux États-Unis, en Malaisie, aux Antilles, avant un retour



Laurence Sarti : avoir l'œil à tout.



La salle de restaurant.

à Paris au George V et à l'InterContinental. *"Ces années m'ont permis de grandir plus vite et de faire des découvertes culinaires et humaines"*, souligne-t-elle. Elle a volontairement alterné salle et cuisine. *"Appréhender l'ensemble du métier a été un choix straté-*

gique parce que le but a toujours été d'avoir mon établissement", ajoute-t-elle.

FIDÉLISER

En 2011, elle est passée en cuisine, de mai à octobre, le temps de trouver un successeur à son ancien chef. *"Il*

faut avoir l'œil à tout et fidéliser les clients sur le moyen terme", dit-elle. Les propositions varient du déjeuner au dîner. À midi, il y a un buffet d'entrées, un plat du jour et un poisson. Le soir, les menus sont à 25 et 34 €. Sans être pressée, Laurence Sarti songe à un hôtel de 10 chambres avec restaurant même si elle a gagné son premier pari : *"Être crédible tout en étant un petit bout de femme."*

BERNARD DEGIOANNI

Chez Fazoul • 2 rue Tolosane
• 31000 Toulouse
• Tél. : 05 61 53 72 09
• www.chezfazoul.com



VENEZ NOURRIR VOTRE TALENT !

Plus de 40 formations dispensées par une équipe reconnue :

Banqueting du 5 au 8 mars 2012 • Création en pâtisserie du 7 au 8 mars 2012 • La vente en restaurant du 19 au 20 mars 2012 • Fusion Asie du 26 au 29 mars 2012 • Méditerranées du 2 au 5 avril 2012 • Deux produits incontournables de la saison (agneau et asperges) du 4 au 5 avril 2012...

Retrouvez l'ensemble des formations :

www.centreformation-ala Ducasse.com ou au +33 (0)1 34 34 19 10

Lambersart (59) Benoît Bernard quitte sa maison pour faire un tour du monde. Il la un peu plus tranquillement, à sa notoriété.

La Laiterie change de mains,

Il a quitté son établissement discrètement le vendredi midi, avant le début du service, son chien sur les talons. Quelques consignes. Pas d'épanchement. *"C'est hier soir que j'ai pleuré"*, reconnaît **Benoît Bernard**. La signature de l'acte de vente de La Laiterie a eu lieu la veille, en l'absence de l'intéressé, mal remis d'un gros pot de départ... Une première pour **Pascal Boulanger**, l'homme d'affaires qui reprend la maison. *"Je n'avais jamais vu ça"*, dit-il goguenard et rompu aux frasques du cuisinier.

Benoît Bernard part au top. Il a pris la suite de **Ludovic Vantours** en 2002, après s'être fait connaître à Tourcoing (59). L'établissement de Lambersart est une ancienne laiterie où, il y a plus d'un siècle, on servait des verres de lait et des tartines... Avec Benoît Bernard, elle est devenue une référence gastronomique au nord de Paris : une étoile *Michelin* acquise en 2006, une 4^e toque dans le guide *Gault & Millau* 2011, et une nomination du chef pour le titre de 'cuisinier de l'année'. Avec vingt-six salariés et un chiffre



Benoît Bernard laisse sa Laiterie aux mains de Pascal et Sophie Boulanger.

d'affaires de près de 2 M€, en progression de 15 %, c'est aussi une belle entreprise. *"Un peu trop par rapport à ce que je veux faire"*, tempère Benoît Bernard, qui s'envole la semaine suivante pour Madagascar, parle d'acheter un bateau, de faire un tour du monde et peut-être de *"reprendre un truc plus cool, pas en France..."*

Turbulent, tonitruant, connu pour ses coups de gueule, Benoît Bernard est aussi un homme de cœur. *"Avec La Laiterie, tu es obligé d'être sentimental. C'est comme la fin d'une histoire d'amour"*, souligne le chef qui a proposé son établissement à plusieurs restaurateurs de la région, sans qu'aucun ne soit tenté par l'aventure.

UN NOUVEAU CHALLENGE

L'affaire s'est conclue après la rencontre improbable entre l'enfant terrible de la gastronomie et un très respectable chef d'entreprise de la métropole lilloise. *"Mais ce n'est pas moi qui rachète la Laiterie, c'est Benoît qui me la vend"*, nuance le repreneur. À la tête d'un groupe éponyme

employant 5 000 salariés et spécialisé dans l'immobilier et la propreté, Pascal Boulanger reconnaît qu'il est novice dans la restauration. *"Nous avons plus de dix métiers dans notre groupe et celui-ci n'en fait pas partie. Mais La Laiterie n'est pas une danseuse. D'abord, je suis un vrai Lambersartois et ensuite pour moi, ce restaurant est un nouveau challenge."* Balayé aussi l'argument des mauvaises langues qui le

STEVEN RAMON, AUX COMMIS

"N'y va pas, c'est un taré." **Steven Ramon** se félicite de n'avoir pas écouté les donneurs de conseils. Il est arrivé à 18 ans à La Laiterie, et n'a fait quasiment aucune autre maison, si ce n'est quelques établissements de la région. *"Ça c'est bien passé"*, commente-t-il sobrement. À 26 ans, le style du jeune homme tranche avec celui de son mentor. Tout juste un piercing lui donne-t-il le côté décalé que **Benoît Bernard** cultivait dans sa dreadlock. Arrivé comme commis en 2004, il est second depuis six ans et depuis plus d'un an,

Vosges, terre textile. Défendons l'excellence

ICL | Vosges terre textile | febvay

Vosges terre textile® garantit une authenticité réelle, née de la Tradition et de l'Innovation textile vosgienne. C'est l'assurance d'une traçabilité claire, d'un service de proximité et d'un savoir-faire séculaire. Vosges terre textile® est un signe distinctif apposé sur les produits fabriqués dans les Vosges dans le respect environnemental, éthique, social et écologique d'une fabrication française. Travailler avec un fournisseur certifié Vosges, terre textile®, c'est pérenniser les emplois locaux, diminuer l'émission de gaz à effet de serre et soutenir l'industrie française.

VOSGES terre textile

Toute une filière s'engage

a laisse à une belle équipe, qui va continuer à œuvrer,

, pas d'esprit

soupçonnent de lorgner sur le terrain de 2 000 m² à deux minutes de Lille sur lequel est implanté La Laiterie. Au contraire, il imagine déjà embellir les extérieurs, le parking ou la terrasse. Lui-même ne veillera à la destinée du restaurant qu'avec l'œil du gestionnaire. En revanche, son épouse **Sophie**, directrice générale avec **Steeven Ramon**, le second qui prend du galon (lire ci-dessous), sera bien présente. Elle apportera à la maison quelques touches personnelles et sans doute un peu de féminité. *"De l'élégance"*, corrige Benoît Bernard, autant réputé pour sa cuisine que pour sa façon de rudoyer le client. Surtout présent en salle ces derniers temps, le chef jouait

les ogres débonnaires et nul ne savait vraiment à quelle sauce il allait être mangé... *"Il y avait une clientèle qui venait pour lui et une autre qui ne venait pas à cause de lui"*, note Pascal Boulanger, qui compte sur son propre relationnel, plus 'establishment'. Mais l'idée n'est clairement pas d'oublier le chef charismatique. *"Je vais suivre l'histoire, en sous-marin"*, reconnaît d'ailleurs Benoît Bernard. Son portrait, peint à l'aquarelle par un ami artiste, trônera d'ailleurs toujours dans le salon. ■

MARIE-LAURE FRÉCHET

La Laiterie • 138 avenue de l'Hippodrome • 59130 Lambersart • Tél. : 03 20 92 79 73 • www.lalaiterie.fr

COMMANDES DE LA LAITERIE



Steven Ramon, ex-second de **Benoît Bernard**, prend du galon.

il gère la cuisine et les fournisseurs.

"Benoît a été très présent. C'est un vrai coach, résume-t-il à propos de ces années passées aux côtés du chef étoilé. Il m'a tout appris des produits. Maintenant, je prends même mes vacances en fonction des fournisseurs que je veux aller saluer. Et grâce à la cuisine,

je suis devenu un amoureux de la nature." Tombé dans la restauration à la faveur d'un stage en classe de 3^e, il revient pourtant de loin. *"Chez moi, c'était pommes de terre une fois par jour. Et ma mère n'a jamais cuisiné un poisson entier."* Il entre à l'école hôtelière de justesse. *"On m'a demandé de citer des chefs. Je ne connaissais que **Maité** et **Joël Robuchon** parce qu'ils passaient à la télé !"* Mais il a appris vite et bien. Et on sent déjà le potentiel et les envies de ce jeune chef qui aime improviser et ne recule devant aucune association, même les plus insolites.

Réservé aux professionnels



www.prowein.com

ProWein 2012 – Terroir d'exception

Voici ce qui vous attend à ProWein 2012:

- 3.635 exhibitors de 46 pays*
- Une zone de dégustation exceptionnelle
- Un important programme cadre
- L'exposition spéciale **Wine's best friends**

*chiffres ProWein 2011

04.- 06.3.2012
Düsseldorf, Allemagne
Salon International Vins et Spiritueux

Billets d'entrée en ligne sous www.prowein.com/ticket_2

Forfaits voyage/hôtel:
Düsseldorf Marketing & Tourismus GmbH
Tel. +49(0)2 11/ 172 02-8 39
messe@duesseldorf-tourismus.de
<http://business.duesseldorf-tourismus.de/en/fair/prowein>

PROMESSA
3, rue de la Louvière
BP 37
78512 Rambouillet Cedex
Tél : + 33 (0) 1 34 57 11 44
Fax : + 33 (0) 1 34 57 11 40
E-Mail : promessa@promessa.com


**Messe
Düsseldorf**

Saint-Martin-de-Belleville (73) Trois millions d'euros sur trois ans ont été investis dans l'affaire doublement étoilée de la famille Meilleur.

La Bouitte monte en gamme

La Bouitte, le restaurant 2 étoiles de René et Maxime Meilleur, a rouvert cette saison, après d'importants travaux de rénovation et d'agrandissement. Trois millions d'euros sur trois ans, dont la moitié en 2011, ont été investis dans cette affaire familiale. *"C'est une façon de fêter les 35 ans de La Bouitte, explique René Meilleur. Nous sommes montés en gamme au fil des années. Nous avons la volonté d'offrir encore plus de confort et de luxe à nos clients. Nous voulions avoir de l'espace pour nous exprimer. Nous avons acquis une maison et un terrain attendant à l'établissement, ce qui nous a permis de*

nouvelles extensions."

UN SOUFFLE NOUVEAU

Le projet a été confié à l'architecte Alain Feuillet. La salle existante, d'une capacité de 50 couverts, a été redécouverte et ré-aménagée. Une nouvelle salle au décor baroque, ouverte sur la montagne, augmente la capacité du restaurant de 14 couverts. En cuisine, six couverts en table d'hôte se sont ajoutés. Les huit chambres existantes ont été entièrement rinnovées. Une chambre et une suite, respectivement de 30 et 45 m² ont été créées. Cinq clés supplémentaires sont programmées pour la saison prochaine, ainsi qu'un salon



Les Meilleur, père et fils.

et une terrasse. Un salon bar a été ouvert au début de l'année 2011. *"Notre nouvelle cuisine a une superficie de 100 m², et des équipements dernier cri. Nous avons recruté. Nous sommes maintenant vingt en cuisine, plus un boulanger à plein temps. Nous voulons mettre toutes les chances de notre côté pour aller vers une troisième*

étoile, ajoute Maxime Meilleur. Ces nouveaux investissements redonnent un souffle à l'établissement familial où nous sommes tous très impliqués." ■

FLEUR TARI

La Bouitte • Saint Marcel • 73440 Saint-Martin-de-Belleville • Tél. : 04 79 08 96 77 • www.la-bouitte.com

Toulouse (31) Aziz Mokhtari et Vincent Ténès défendent dans leur établissement toulousain une cuisine "instinctive et sympathique".



Aziz Mokhtari : volubile, sympathique, entreprenant.

Les P'tits Fayots : le souci de bien faire

À 23 ans et 27 ans, Aziz Mokhtari et Vincent Ténès sont propriétaires de leur premier restaurant. Ils ont investi les locaux d'une ancienne crêperie du centre-ville. *"Sans argent, on s'en est tenu à refaire la décoration",* précise Aziz Mokhtari, d'origine algérienne, arrivé en France à 14 ans. La cuisine est ouverte sur la salle. *"Comme nous n'avons que 20 couverts, je peux faire attention à chaque table",* ajoute-t-il.

mise en place. Ensuite Vincent Ténès assure le service en salle et s'occupe aussi de la partie administrative. Ils revendiquent une *"cuisine instinctive, sympathique"*. *"Tout ce qui est dans l'assiette a un rôle. Un ingrédient, une garniture et jamais plus de trois saveurs",* dit Aziz Mokhtari.

Ils ont appelé leur restaurant Les P'tits Fayots parce que tout leur a réussi. *"Nous avons reçu une aide incroyable. La propriétaire, le notaire, les fournisseurs, tout le monde nous a facilité la tâche."* Au déjeuner, le choix se fait entre 2 entrées, 2 plats et 2 desserts différents chaque jour. Un menu unique de trois plats, changés chaque semaine, est proposé le soir. Aziz Mokhtari a été durant trois ans le chef du Nez rouge à Toulouse. ■

BERNARD DEGIOANNI

Aziz Mokhtari et Vincent Ténès se sont connus au CFA de Blagnac (31) et se sont retrouvés dans un restaurant de Toulouse. Aujourd'hui, ils sont tous les deux en cuisine dès la

Les P'tits Fayots • 8 rue de l'Esquille • 31000 Toulouse • Tél. : 05 61 23 20 71



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

Envie de participer ?
Pensez à vous inscrire
avant le 1^{er} mars 2012
www.president-professionnel.fr



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

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



Président Professionnel accompagne les chefs de l'école aux étoiles

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



Porté par sa passion pour la France et son optimisme, Daniel Rose séduit la clientèle parisienne. À 34 ans, cet Américain formé à l'institut Bocuse livre son interprétation de classiques hexagonaux.

Un Américain à Paris

Spring est le meilleur restaurant de Paris”, lance sans hésiter un célèbre journaliste américain. Complaisance envers un compatriote ? Voire. Quoi qu’il en soit, Spring s’est fait une place parmi les tables les plus en vue de la capitale. À l’instar de restaurants comme Septime, il propose une cuisine gourmande avec des produits de saison. **Daniel Rose** est un amoureux transi de la cuisine française. Épaulé par **Marie-Aude Mery**, transfuge de **Pierre Gagnaire**, il sert des classiques français avec des touches subtiles. Au menu, par exemple, de la Joue de veau tranchée, vinaigre de xérès, des Noix de Saint-Jacques sur confiture de citron pour l’acidité, de l’Agneau, purée d’amandes et condiment grenade... “Je réactive des souvenirs gustatifs”, explique le chef. Composer avec les rouages de l’administration française n’est pas une mince affaire pour un Américain. “L’Urssaf réclame encore de l’argent quand on a déjà tout payé”, soupire Daniel Rose. Il en fallait plus pour refroidir l’enthousiasme du jeune homme. Originaire de Chicago, Daniel Rose débarque à



Paris à 20 ans. Il étudie l’histoire de l’art et la philosophie. Son diplôme en poche, il souhaite rester en France. Il décide alors de prolonger ses études, cette fois à l’institut Paul Bocuse. Au bout d’un an, il devient apprenti auprès de **Jean-Luc L’Hourre**, Meilleur ouvrier de France, près de Brest (29). Auprès de ce dernier, c’est la révélation. Il s’extasie devant la diversité des produits et les subtilités des préparations. Il sillonne ensuite la France et l’Italie avant de retourner à Chicago.

“ Je réactive des souvenirs gustatifs. ”

DANIEL ROSE.

Un jour, il tombe sur une offre d’emploi pour diriger la cuisine d’un hôtel de luxe au Guatemala. Mais la France lui manque. Après avoir dirigé sa

propre équipe en terres guatémaltèques, il travaille comme commis à l’hôtel Meurice.

6 000 € DE LOYER

Avec ses deniers gagnés au Guatemala et un prêt de la banque (un investissement de départ de 130 000 €), il se lance à son tour dans l’aventure : le premier Spring ouvre en 2006, avec 18 places assises. Il fermera quelques années plus tard, mais entre temps, il ouvre un autre restaurant, Table 28. L’équipement de l’établissement étant rudimentaire, il se dote d’une rôtisserie et invente un menu entièrement rôti (y compris les desserts, avec une poire rôtie par exemple). Il déniché finalement le local de ses rêves en 2009. Celui-ci est situé dans une petite rue pavée à deux pas du musée du Louvre. De bon augure pour ce féru d’art... Étape suivante : décrocher les autorisations de la ville. Pari gagné. Le loyer est de 6 000 € par mois. Au rez-

La cuisine ouverte de Spring donne sur une salle de 24 places assises.

de-chaussée, une cuisine ouverte, 24 places assises et une large baie vitrée ; au sous-sol, le bar et une vingtaine de places assises ; enfin, une cave pour les dégustations. Spring dispose aussi d’une boutique de vins, situé à un jet de pierres.

CLIENTS COMPLICES

Le menu change deux fois par semaine, parfois davantage. Le prix est fixe (44 € au déjeuner et 74 € au dîner). “Nous ne sommes pas encore prêts à servir à la carte”, avoue Daniel Rose. L’équipe est réduite avec 7 employés en cuisine et autant en salle. “Le prix fixe nous permet d’attirer des clients qui sont très complices.” Touristes, clients du quartier et expatriés affluent. Avec un ticket moyen à 110 € le soir, il réalise un chiffre d’affaires annuel d’1,5 M€. Il s’octroie un salaire d’environ 2 000 €. “La santé du restaurant d’abord.” Daniel Rose considère Spring comme un apprentissage permanent et n’a qu’un seul regret : “Je n’ai pas le temps d’aller au Louvre.” ■

LAURE GUILBAULT

Spring • 6 rue Bailleul • 75001 Paris
• Tél. : 01 45 96 05 72
• www.springparis.fr

Valmorel (73) Ce village 'nouvelle génération' situé à 1 400 m d'altitude au cœur d'un environnement préservé, offre un hébergement haut de gamme de 418 chambres dont un espace 5 Tridents de 25 suites et 80 appartements répartis sur 19 chalets. Le tout comprenant 5 restaurants d'une capacité totale de 1 200 couverts dont un restaurant dédié exclusivement aux spécialités.

PAR JEAN-GABRIEL DU JAIFLIN

Le Club Med et Bos Equipement Hôtelier, une nouvelle collaboration fructueuse

Bos Equipement Hôtelier a su une nouvelle fois relever le challenge qu'on lui avait confié pour la réalisation et les aménagements du dernier village du Club Med situé au cœur de la Tarentaise. Un projet exceptionnel tant par son ampleur que son prestige, sous la houlette des designers Marc Hertrich et Nicolas Adnet.



© PHILIPPE GAL

et plancha pour la zone dite cuisson vive. Dans chaque restaurant se trouve un buffet de boissons. L'enjeu était d'intégrer ces nombreux buffets au sein d'un espace soigné et convivial.

Bos Equipement Hôtelier s'est entouré de ses fournisseurs partenaires reconnus pour leur savoir-faire : Angelo Po pour la cuisson modulaire, Tournus Equipement pour les inox standards, Winterhalter pour les laveries, Hoshizaki pour la production de glace et Alvène pour les hottes. Toute la production frigorifique pour alimenter les 41 points froids est assurée par deux centrales de 75 kw chacune. Thierry Blanc a piloté sur site les techniciens afin de mener à bien en moins de neuf mois cette très belle réalisation. Nombre de nouveautés et d'innovations ont été créées spécialement pour relever ce challenge, dans le respect de l'environnement et de la préservation d'un cadre naturel d'exception. Une réalisation de cette envergure comportait un grand nombre de contraintes et le Club Med a trouvé dans les connaissances métiers de Bos Equipement Hôtelier tout l'appui d'un partenaire exigeant. ■

La sélection de la vaisselle, de la verrerie et des couverts s'intègre parfaitement à la décoration intérieure.

des autres accessoires de table a été réalisée avec soin afin de s'intégrer harmonieusement à la décoration intérieure choisie par les designers du Club.

Les équipements ainsi que les buffets des salles de restaurant offrent deux univers : la cuisson vive et la cuisson douce. Dans chacune de ces zones, nous retrouvons de multiples buffets à thèmes : pain/fromage, desserts, fruits, grill, pizza, mijotés, cuisson vapeur pour la zone dite cuisson douce ; wok

DÉFI RELEVÉ POUR BOS EQUIPEMENT HÔTELIER

Cette neuvième collaboration entre le Club Med et le groupe Bos Equipement Hôtelier a été menée à bien par Patrick Nicolle, Responsable Grands Comptes, pour les arts de la table, le PMH (petit matériel hôtelier) et le textile ; et par Thierry Blanc, Directeur Technique, pour la partie cuisines, buffets et bars. Ils ont su proposer le matériel et les équipements hôteliers adaptés aux contraintes stipulées dans le cahier des charges et aux attentes des équipes utilisatrices. La sélection de la vaisselle, de la verrerie, des couverts et



© PHILIPPE GAL

Buffet cuisson vive wok/plancha.



© PHILIPPE GAL

Cuisson de production des garnitures.

BOS
équipement
hôtelier

www.bos-equipement.com

Nîmes (30) Après avoir créé l'un des premiers établissements exclusivement bio, le professionnel vient d'ouvrir la Table de Cana, un restaurant d'insertion.



Yves Sevenier et sa fille Guilaine : le restaurateur conçoit son métier comme un engagement.

Yves Sevenier : une restauration bio et solidaire

rencontre avec **Emmanuel Kasperski**, responsable du groupe coopératif *Replis*, à Montpellier, qui m'a incité à m'engager dans ce projet solidaire, puisqu'il s'agit essentiellement de participer à l'intégration professionnelle de personnes en marge de la société, à travers les métiers de la restauration", explique-t-il. 600 000 € ont été investis dans cette aventure, pour la rénovation des cuisines d'un ancien hôtel Mercure et l'embauche de 23 salariés, dont 11 personnes en contrat d'insertion.

sans solvant... Cela correspond à ma philosophie en cuisine, particulièrement adaptée dans le Gard, qui est le deuxième département producteur de bio en France." La nouvelle Table de Cana de Nîmes fonctionne par ailleurs selon des règles de gouvernance originales, puisque toutes les décisions sont ici collégiales, conformément au statut coopératif de l'établissement. ■

Texte et vidéo : Francis Matéo

Quand il a créé Les Saveurs des l'escala à Saint-André-de-Sangonis (34), Yves Sevenier était déjà pionnier dans ce restaurant qui allie un concept de buffets avec une cuisine entièrement certifiée bio. C'est dans le même esprit que le restaurateur s'installe aujourd'hui dans sa ville natale de Nîmes (30), laissant les commandes du restaurant héraultais à sa fille Guilaine et à son chef Sébastien Benazet. Dans le quartier Ville active de la capitale gardoise, Yves Sevenier inaugure en effet une nouvelle Table de Cana (lire encadré) : "C'est la

UNE LOGIQUE ENVIRONNEMENTALE

"Nous sommes sur le même concept que le restaurant de Saint-André-de-Sangonis, poursuit Yves Sevenier. Nous travaillons sur des buffets, uniquement avec des produits locaux, labellisés bio, et - bien sûr - de saison." L'aménagement de la grande salle de restaurant est en cours, pour une ouverture prévue en mars prochain, avec un service sept jours sur sept, midi et soir. Le bar et l'activité traiteur sont déjà opérationnels, dans un espace parfaitement adapté à l'offre culinaire souhaitée par Yves Sevenier : "Nous avons travaillé avec des architectes dans une logique environnementale : sols en fibre végétale, peintures

UNE ENSEIGNE D'INSERTION

L'enseigne Les Tables de Cana tient son nom de l'association créée en 1985 par **Franck Chaigneau**. Ce prêtre jésuite, ingénieur en informatique, a suivi l'exemple de l'Abbé Pierre, en aidant des personnes socialement exclues à se remettre 'sur les rails', à travers des formations dans l'hôtellerie et la restauration. Onze établissements sont aujourd'hui rattachés à cette association, permettant à ceux qui le souhaitent, le plus souvent des jeunes sans qualification, de travailler et se former pendant deux ans pour s'insérer dans la vie professionnelle, et sortir ainsi de la marginalité.

La Table de Cana - L'Escale bio • 510 rue de l'Hostellerie • 30900 Nîmes • Tél. : 04 66 05 86 46
• www.table-cana.fr



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



Le Salon des professionnels des plages et de la restauration

Nouveau Salon référent

- plages aménagées • restaurants • hôtels
- campings • brasseries • bars • chefs étoilés

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

ÉDITION 2011 :
4 000 VISITEURS PRO
+100 EXPOSANTS

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














Mardi 6, mercredi 7 et jeudi 8 mars 2012 - La Grande Motte 34280



Retrouvez Yves Sevenier en vidéo avec le mot-clé **RTR518433** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-contre.



16°, 2° et -18° !

PRENEZ LES 3 ! ambient, frais, surgelé DANS UN MÊME CAMION SANS VOUS DÉPLACER

Une seule commande, une seule facturation, une seule livraison
Par un seul et même fournisseur



TRANSFOURMET
Engagé à vos côtés

N°Azur 0 811 65 65 88
PRIX APPEL LOCAL

www.transgourmet.fr

Londres (Grande-Bretagne) Cette enseigne rétro-futuriste a anticipé le retour à la mode du patrimoine culinaire britannique.

À la Canteen, c'est comme à la maison



Le décor de Canteen est d'une grande simplicité.

Canteen Londres est incontestablement un concept efficace et maîtrisé. Ayant pressenti avant tout le monde la vague de 'British Nostalgia', c'est-à-dire le retour de l'intérêt pour le patrimoine culinaire britannique, il en a fait le cœur de son

offre : 'Great British Food', ou 'grande nourriture britannique'. Le décor, d'une grande simplicité, joue comme son nom l'indique sur l'esthétique de la cantine, avec ses longues tablées communes, mais n'oublie pas de signifier la qualité de son offre grâce à de confortables assises en cuir, des lampes individuelles en céramique voire des touches de marbre.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Au menu : Fish & Chips bien sûr, Shepherd's Pie (hachis parmentier de veau très apprécié outre-Manche), Cheddar & Pickles (fromage et cornichon)... parfaitement exécutés avec des approvisionnements locaux. Depuis septembre, Canteen a créé à

Covent Garden une 'pop-up' canteen, restaurant éphémère qui ouvre ses cuisines à de jeunes chefs talentueux et prometteurs.

Canteen a été créé en 2005 sur le site de Spitalfields Market, marché historique de l'est londonien. L'enseigne dispose désormais de 4 excellents emplacements dans la capitale britannique, notamment le quartier d'affaires de Canary Wharf ou Baker Street. Un plan de développement a été annoncé début 2011, en centre-ville mais aussi sur l'autoroute, pour atteindre 15 emplacements au cours des cinq prochaines années. ■

ANNE-CLAIRE PARÉ

www.canteen.co.uk

États-Unis Créer son propre maki et en confier la réalisation à un robot pour un prix modique, c'est ce que propose l'enseigne californienne U-Sushi.

Après Los Angeles, les robots prennent le pouvoir à San Francisco

On a beau être à côté d'Hollywood, ce n'est pas un délire de cinéaste. C'est dans la cité des Anges qu'a ouvert U-Sushi, un bar à sushi semi-automatisé qui permet de créer son propre maki et de l'emporter en moins d'une minute. Derrière ce projet innovant se cache une équipe de vrais professionnels, composée notamment de **Jérémy Umland** et **Yo Matsuzaki**, déjà à l'origine d'un concept très performant : Ozumo, qui propose une cuisine japonaise contemporaine à base de bar à sushis, grill robata et lounge à saké. Ozumo compte 3 implantations en Californie.

MÉCANIQUE DE PRÉCISION

À U-Sushi, le parcours du client s'apparente à celui d'une chaîne de burritos ou de tacos : en s'avancant le long de la cuisine d'assemblage, on choisit au fur et à mesure les ingrédients de sa recette de rêve. Riz blanc ou riz brun, feuille d'algue ou de soja, puis c'est au tour des garnitures



: poissons et crustacés, bien sûr, comme du saumon ou un tempura de crevettes, auxquels on ajoutera selon son goût un peu d'avocat ou de yama gobo (racine japonaise). Un large choix de légumes permet de composer des makis végétariens. Enfin, un robot se charge du façonnage et du découpage. Sa mécanique de précision garantit de repartir avec 8 makis parfaits. Une belle alliance futuriste et gourmande car on sent derrière le menu une réelle compétence culinaire. Les extras sont en effet parfaitement pensés entre korokke - croquettes aux pommes de terre, bœuf ou patate douce -, salade d'aubergines ou choix de soupes miso. Sa nouvelle implantation se situe à San Francisco sur une zone de passage à proximité des hôtels, de la Golden Gate University Bookshop et de l'embarcadère. Un concept innovant et qui laisse le choix au client : que demander de mieux ? ■

A.-C. P.

u-sushi.com

Sydney (Australie) Avec leur bistrot, deux Français défendent les traditions tricolores dans la capitale économique australienne.

Une pincée de Sel & Poivre à Sydney

L'ambiance est détendue dans ce petit bout de France du quartier touristique de Darlinghurst, à Sydney. **François-Xavier Perchey** et **Gilles Vancoillie**, associés depuis deux ans, ont su rendre populaire ce bistrot de 80 places, baptisé Café Sel & Poivre, en lui donnant une 'French Touch' appréciée des locaux comme des expatriés et des touristes.

"Plus de la moitié des clients sont des habitués de ce quartier vivant, cosmopolite et artistique de Sydney", confie François-Xavier Perchey, originaire de Deauville (14), qui a ouvert l'établissement en 1998 en famille, et en particulier avec son père qui dirigeait auparavant deux restaurants à Brisbane et Noosa Head (Queensland).

Les plats aux influences normandes, provençales ou encore du Sud-Ouest ont fidélisé la clientèle en s'adaptant aux habitudes locales. "On trouve des baguettes-sandwiches, des escargots ou du pâté en entrée, suivis, par exemple, de steak tartare ou d'un faux-filet grillé avec frites et sauce béarnaise", précise Gilles Vancoillie, originaire de Lille (59), en Australie depuis treize ans. Le menu monte en gamme le soir avec, parmi les spécialités, une joue de bœuf braisée, sauce vin rouge et

pommes-frites ou une selle d'agneau rôtie, jus à l'ail et au thym, servie avec ratatouille. Sans oublier fromage, desserts et vins australiens et français. Le restaurant emploie une quinzaine de personnes, dont une dizaine (et deux chefs) originaire de l'Hexagone. ■

PATRICK CROS



Une terrasse colorée de 20 places.

Café Sel & Poivre • 263 Victoria Street • NSW 2010 Darlinghurst (Sydney) Australie • Tél. : + 61 2 9361 6530 • <http://seletpoivre.com.au>



Retrouvez le café Sel et Poivre en vidéo avec le mot-clé **RTR816983** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR Code ci-contre.



Salon du
Fromage
et des
Produits
Laitiers

Du 26 au 29 Février 2012
Paris expo • Porte de Versailles • Pavillon 5.1
www.salon-fromage.com

Tous les goûts du lait...

Découvrez l'offre innovante de plus de 200 exposants.

Affinez vos connaissances en repérant les saveurs laitières de demain.

Assistez au Concours de la Lyre d'Or.

Echangez sur l'Espace des Experts autour de 3 thématiques d'actualité : développer son marché à l'export, devenir fromager-crémier, communiquer sur son point de vente.



Gagnez du temps et demandez
votre **BADGE D'ENTRÉE** sur
www.salon-fromage.com

un événement
comexposium
The place to be

COMEXPOSIUM
70 avenue du Général de Gaulle
92058 Paris La Défense Cedex - France

São Paulo (Brésil) Les établissements Tantra explorent la cuisine asiatique avec une touche érotico-culinaire. Un concept audacieux qui séduit la clientèle brésilienne.

Tantra, restaurant aphrodisiaque



“En hindi, le mot tantra désigne une philosophie qui consiste à explorer les cinq sens afin de développer sa sensibilité”, explique **Eric Thomas**, le fondateur de Tantra.

Tantra n'est pas un restaurant asiatique comme les autres. Son fondateur, **Eric Thomas**, un Brésilien d'origine écossaise, s'est inspiré de ses multiples voyages en Asie et du tantrisme pour donner naissance à ce concept. “En hindi, le mot tantra désigne une philosophie qui consiste à explorer les cinq sens afin de développer sa sensibilité”, explique-t-il. Ainsi, les clients du Tantra ne sont pas invités à une simple aventure gastronomique, mais à un voyage sensoriel, original et bon enfant qui doit alimenter

“le corps et l'âme”. En franchissant le seuil du restaurant, on se trouve happé dans un autre univers, très loin de la mégapole de São Paulo. Les lieux, qui ressemblent à une grande cabane en bois, bambou et sisal, sont truffés d'objets rapportés de voyage. Lumière tamisée, bougies et musique d'ambiance plantent le décor. Côté cuisine, Eric Thomas est allé piocher dans les contes et légendes pour trouver les ingrédients aphrodisiaques voulus tels que le gingembre, la menthe... D'autres produits ont été choisis pour leur forme évocatrice, à l'instar des carottes, des concombres et des huîtres. Résultat : la carte rassemble une sélection de “tapas asiatiques” (Crevettes flambées à la mangue et aux herbes aphrodisiaques, Filet mignon aux fraises et au piment, Cheesecake aux poires, gingembre et miel...), tout en distillant des commentaires sur les différents plats et ingrédients. Par exemple : “Le lait de chameau mélangé au gingembre et au miel est une suggestion citée dans le Kama Sutra pour une grande performance amoureuse.” Le ton est donné...

HOMMAGE AUX MONGOLS

Mais c'est surtout pour le gril mongol, au centre du restaurant, que les clients viennent. “La légende du gril mongol remonte à l'époque

de Gengis Khan. Les guerriers préparaient leurs repas en utilisant leur bouclier comme casserole et leur casque comme assiette”, raconte le restaurateur.

Au Tantra, les clients choisissent eux-mêmes les ingrédients qui constitueront leur plat parmi un large éventail de légumes, de viandes et poissons atypiques au Brésil (buffle, requin, sanglier...) et 42 types de sauces et épices afin de donner une touche aphrodisiaque à l'ensemble. Il leur suffit ensuite de confier leur assiette au cuisinier en charge de ce gigantesque barbecue.

“La maison suggère toujours quelques combinaisons de sauces, de viandes et de légumes sur des affiches, avec les quantités pour chaque ingrédient, mais les clients sont aussi incités à explorer leur créativité”, précise Eric Thomas. Il faut compter 12 € en semaine pour un double service, et deux fois plus le soir et le week-end pour une formule à volonté. Tantra, lancé en 1998, compte aujourd'hui trois espaces de 190 places assises à São Paulo et Rio de Janeiro, et un lieu réservé à l'événementiel. Prochaine étape ? Le développement d'un réseau de franchisés. **VIOLAINE BRISSART**

www.tantrarestaurante.com.br



En franchissant le seuil du restaurant Tantra, on se trouve happé dans un autre univers, très loin de la mégapole de São Paulo.

Retrouvez sur

www.lhotellerie-restauration.com :

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



Les 15 et 16 février, rendez-vous à Paris porte de Versailles pour cette 13^e édition du Sandwich & Snack Show.

Préparez votre visite



PAVILLON 4



Deuxième édition du salon **Parizza**, dédié aux pizzas, pâtes et à la restauration italienne.



Heures d'ouverture

Mercredi 15 février :

9 h 30 - 19 heures

Judi 16 février :

9 h 30 - 18 heures

Paris porte de Versailles - Pavillon 4

Retrouvez votre journal **Hall 4 Stand J002**

Pour obtenir votre badge gratuit, tapez le mot-clé **RTK7218** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr et avec le QR code ci-contre



38 Salon du Sandwich

À chaque édition du salon, l'espace conférences du Sandwich & Snack Show ne désemplit pas. Grâce à un programme très dense, les conférences (14 cette année) constituent un complément incontournable à la visite des stands. Elles offrent à la fois une source d'information exclusive et des pistes propres à favoriser le développement du marché du snacking.



LES CONFÉRENCES DU SANDWICH & SNACK SHOW

MERCREDI 15 FÉVRIER 2012

09 h 45 Conférence Le marché du snacking et du sandwich en France (RHD) : présentation de l'indice jambon-beurre et focus sur les traiteurs

11 heures Atelier Rencontre avec **Laurent Kahn**, d.g. d'Exki

12 heures Atelier 2^e édition de la Snack Show Academy : les concepts gagnants de demain

13 h 45 Table ronde Les Success stories de la franchise

14 h 45 Atelier Le Snacking s'invite dans les commerces non alimentaires

15 h 45 Atelier 'Restauration

collective : répondre à la demande des collégiens et lycéens.

Pourquoi les sandwiches et les snacks ont tant de succès auprès de cette population ?

Quelle réponse peut apporter la restauration collective ?

16 h 45 Atelier Restauration livrée et ambulante : le succès livré sur un plateau !

JEUDI 16 FÉVRIER 2012

09 h 45 Conférence Le Baromètre nutritionnel de la restauration rapide : 3^e édition

11 heures Atelier Rencontre avec **Éric Vincent**, directeur général de la

restauration à thème du Groupe Flo

12 heures Table ronde Les trophées concepts B.R.A. Tendances Restauration

13 h 45 Table ronde Les marchés alternatifs de la franchise : restauration ethnique et cuisines du monde

14 h 45 Atelier Le Snacking : accélérateur de croissance pour les cafés-bars-brasseries ?

15 h 45 Atelier 'Tendances & mises en scène du point de vente

16 h 45 Atelier Boulangerie : diversification des offres snacking/traiteurs : comment sortir d'une offre très traditionnelle ?

LES CONFÉRENCES DE PARIZZA

5 conférences et 2 face-à-face auront lieu directement sur le salon Parizza avec des grandes personnalités du marché de la restauration italienne qui permettront de mieux cerner un segment en pleine expansion. Parmi les thématiques abordées : les données des marchés de la pizza et de la restauration italienne, la franchise, les circuits alternatifs, la distribution...

MERCREDI 15 FÉVRIER 2012

11 heures La distribution alternative de la pizza : un marché à fort potentiel

13 h 45 Face à face franchisés vs indépendants

14 h 45 Cuisiner la pizza ne s'improvise pas

15 h 45 Les chiffres clés du marché de la pizza en 2011. Évolution du secteur, tendances et comportements des consommateurs.

JEUDI 16 FÉVRIER

11 heures Franchise Pizza : 3 franchisés témoignent

13 h 45 Face à face pizza de tradition vs pizza créative

14 h 45 La pizza dans tous ses états et sous toutes les coutures





Offrez un service chaleureux à vos clients



Tassimo Professional, c'est une machine multi-boissons à dosettes proposant 12 recettes de qualité en un seul clic ! Le partenaire idéal pour les professionnels.



Retrouvez-nous
Parc des expositions de Toulouse,
du 5 au 8 février,
Hall 5 stand C7



Contactez-nous !

N°Cristal 09 69 32 80 52

APPEL NON SURTAXE

tassimo.fr/professional



Pour le 13^e Sandwich & Snack Show et la 2^e édition de Parizza, la directrice du salon fait le point sur ce rendez-vous professionnel révélateur des tendances du segment.

PROPOS RECUEILLIS PAR HÉLÈNE BINET

Corinne Ménégau : “La restauration rapide a encore de beaux jours devant elle”

L'Hôtellerie Restauration : Comment s'est porté le marché de la restauration rapide en 2011 ?

Corinne Ménégau : L'année 2011 confirme que le marché est toujours plus dynamique et qu'il sait s'adapter aux comportements de consommateurs en quête d'innovations. En 25 ans, nous sommes passés d'une offre de restauration rapide limitée au sandwich à consommer dans les brasseries à une offre diversifiée,

que l'on peut trouver au coin de la rue chez son primeur, à emporter dans un camion ambulant, ou encore à déguster dans les meilleurs restaurants parisiens... L'offre répond à toutes les attentes, du sandwich à bas prix de la grande distribution aux fantaisies extravagantes des chefs étoilés. Avec un CA de 31,2 milliards d'euros, la restauration rapide pèse 40 % du marché de la restauration en France, et a encore de beaux jours devant elle.



Corinne Ménégau, directrice du salon Sandwich & Snack Show.

L'indice jambon-beurre sera dévoilé pendant le salon. Ce sandwich est-il toujours une valeur sûre ?

Le jambon-beurre représente près de 70 % des ventes de sandwiches : passion pour notre pain baguette, goût indéfectible des Français pour la tradition, il représente pour les consommateurs un classique indétronable. Cependant, l'arrivée de nouveautés en matière de pains va modifier, à terme, cet équilibre : les Français se tournent de plus en plus vers des produits différents, alliant nouvelles saveurs et proposant des recettes originales. Des produits comme les salades et les plats préparés tirent également le marché du snacking vers d'autres horizons.

La deuxième édition du salon Parizza aura lieu en même temps que le Sandwich & Snack Show. Quels seront les incontournables des deux salons ?

Côté Parizza, il y aura encore plus d'animations avec no-

tamment la finale du France Pizza Tour mais aussi des démonstrations de pizza acrobatique par des équipes de différents pays, et davantage de contenu avec un programme de conférences dédié au monde de la pizza. Pour le Sandwich & Snack Show, le programme s'enrichit de nouvelles thématiques : le snacking mobile - avec entre autres les démonstrations en extérieur dans un camion de l'école de rue de **Thierry Marx** -, les métiers de bouche - avec la présentation des réflexions de nombreux MOF sur leur vision du snacking -, les collectivités, des présentations de concepts pour inspirer les futurs entrepreneurs... Toutes les tendances seront rassemblées dans un carnet proposé par **Rémy Lucas**, de Cate Marketing, avec un focus sur les boissons qui nous semblent être un enjeu très important. Enfin, le Snacking des chefs, parrainé par **Jacques Pourcel**, mettra l'accent sur l'emballage et la présentation des formules à emporter proposées par les chefs. Et bien entendu, il y aura des remises de prix pour les concepts, un riche programme de conférences, le baromètre nutritionnel... ■

FRITEUSE SANS HUILE



PERFORMANTE : 100 g à 2 kg de frites en quelques minutes.
HYGIENIQUE : aucun bain d'huile Plus de mauvaises odeurs
ECONOMIQUE : pas de préchauffage installation simple, sans hotte.

CUISINE COMPACTE AVEC HOTTE INTEGREE



Cuit à toute heure, rapidement grâce à l'induction, vos steaks crêpes, pâtes, riz ...
Nous vous proposons également :
Chariots ambulants multi-activités
Cuiseurs à pâtes et presses-oranges

GAMME DE DIFFERENTS MODELES

SANDWICH SHOW 15 et 16 février Porte de Versailles
Remise de 15% aux 10 premiers clients et profitez du 4 fois sans frais

Depuis 15 ans à votre service ...
Contactez **La Maison Du Concept Snacking**
Tél. 01 64 94 56 40 Fax. 01 64 94 56 60

SUITE DU SALON DU SANDWICH
PAGE 73

Fonds de commerce

À Rennes (35)

avec MICHEL  SIMOND

Le marché de la restauration rapide progresse

ACTIVITÉ : RESTAURATION RAPIDE, SANDWICHES, VENTE À EMPORTER

Chiffre d'affaires	Rapport moyen		Tendance générale du marché 
	Prix / CA HT (%)	Prix / EBE retraité* (coefficient)	
CA de 25 000 à 108 000 € (CA moyen : 80 000 €)	84 %	2,9	
CA de 109 000 à 205 000 € (CA moyen : 147 000 €)	81 %	2,8	
CA de 206 000 à 1 260 000 € (CA moyen : 382 000 €)	87 %	3,9	

Moyenne calculée sur 215 cessions réalisées sur ce secteur d'activité par le réseau Michel Simond en 2011. Les ratios non significatifs ont été écartés.

* Retrouvez l'EBE retraité avec le mot clé RTR13533 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Retrouvez les précédents indicateurs et les précédents articles 'Immobilier et fonds de commerce' : cliquez sur 'Fonds de commerce' sur www.lhotellerie-restauration.fr

L'avis de **Fabrice Brunoy**, directeur du cabinet Michel Simond de Rennes

Son commentaire : "La restauration rapide attire de plus en plus d'acquéreurs dans nos cabinets ; elle est particulièrement plébiscitée par les profils en reconversion. Toutefois, nous constatons sur

notre secteur, en particulier à Rennes, un déficit de moyennes et grandes surfaces (supérieures à 40 m²) en emplacements n° 1, qui sont recherchés en priorité par les enseignes nationales."



Fabrice Brunoy.

Pour **optimiser vos recrutements**,
venez rencontrer des **candidats motivés et qualifiés**

LHR → Emploi

LE SALON EMPLOI DES PROFESSIONNELS
de **L'Hôtellerie Restauration**

Vous êtes **restaurateur** ou **hôtelier indépendant**, grand **groupe de restauration commerciale** ou **collective**, **chaîne hôtelière**, **cabinet de recrutement**, organisme de **formation** :

RÉSERVEZ DÈS MAINTENANT VOTRE STAND !

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



Judi 15 mars 2012
de 9 h à 18 h

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

WWW.LHR-EMPLOI.FR

Organisé par **L'Hôtellerie Restauration**

Prendre des commandes, porter des assiettes, débarrasser comme un robot, cela a-t-il du sens ?

PAR ANDRÉ PICCA

La valorisation du métier de serveur passe par le plaisir de l'exercer

QU'OBSERVE-T-ON AUJOURD'HUI, EN RESTAURATION 'PLACE ASSISE' ?

La rapidité de service a transformé le serveur en 'runner', sorte de 'robeauspeed' muet, combinaison du 'porteur d'assiettes' et de la 'productivité'. Il n'est pas étonnant que la plupart de ceux qui exercent cette fonction n'expriment pas la fierté de leur emploi.

Nous nous trouvons dans une situation paradoxale où :

- une partie des clients est en attente d'un service rapide, que ce soit des actifs à l'heure de déjeuner ou des clients en détente avant ou après une activité principale de loisirs (cinéma, bowling, ski...);

- une autre partie des clients - dont l'objet de la sortie repose sur la célébration d'une occasion particulière : un chantier qui s'annonce ou qui se termine, une sortie en équipe, entre copains ou à l'occasion d'un rassemblement familial - est en attente d'un service convivial. Le sera-t-il avec des serveurs-runners ?

- On trouve des tendances à choisir un style de service stéréotypé (midi/soir, semaine/week-end), sans pour autant s'attacher un style de clientèle de la table (profil, attentes à l'instant T).

D'autre part, au regard de l'efficacité économique obtenue avec certains concept, la restauration 'place assise' souhaite remettre au goût du jour une convivialité commerciale, c'est-à-dire une qualité de la relation avec le client, qui va bien au-delà du bon contact à l'accueil. Sans cela, quel intérêt aurait le client à venir s'asseoir dans ce restaurant ? Il suffit, pour le constater, de se reporter aux contenus des offres d'emploi et des sites des entreprises.



© THINKSTOCK

La restauration 'place assise' souhaite remettre au goût du jour une convivialité qui va au-delà du bon contact de l'accueil.

COMPÉTENCES DU PERSONNEL : QUE FAUT-IL PRÉCONISER ?

Outre une politique salariale adaptée à la situation économique de l'entreprise et à son environnement, j'invite l'entreprise à animer son équipe autour de méthodes qui ont fait leurs preuves :

- former à des techniques d'animation du rang, autour de la convivialité commerciale, génératrice de ventes bien faites (technique 1-2-3, argumenter avec APA, connaissances des produits leur composition et les arguments vendeurs... ;
- organiser des micro-formations animées par les responsables et les chefs d'équipe. Cela permet d'adapter les méthodes de vente de l'entreprise aux collaborateurs qui les utilisent ;
- relancer les briefings, qui deviennent interactifs avec l'équipe. Pour le comprendre, je vous renvoie à la découverte des comportements au

travail de la génération des moins de 35 ans, dite génération Y ou génération C. Retenons que les méthodes de transmission d'informations descendantes et directives sont peu efficaces aujourd'hui.

QUELS RÉSULTATS PEUT-ON ATTENDRE ?

Le partage de la connaissance rend le collaborateur impliqué et plus responsable dans son poste. L'échange d'expériences lisse les écarts de savoir-faire entre les uns et les autres, il rassure les moins expérimentés. Donc, avec des connaissances partagées, vous obtenez des collaborateurs impliqués et en réussite avec la clientèle, parce qu'ils donnent du sens à ce qu'ils font.

Blog des Experts :

'Vendre plus au restaurant' sur
www.lhotellerie-restauration.fr

Pour affiner les objectifs de votre offre à destination du segment commercial de proximité, vous devez mêler votre savoir-faire à un peu de perspicacité et vous poser les bonnes questions.

JEAN-JACQUES MAIGNAN, HCR FORMATIONS 

Effort commercial de proximité : développer sa clientèle séminaire

Le marché des séminaires peut être un segment commercial de proximité que les hôteliers-restaurateurs souhaitent développer, sans toutefois en maîtriser tous les tenants et aboutissants. Il faut du savoir-faire, du professionnalisme, voire une véritable expertise pour organiser ces prestations pour lesquelles la concurrence est rude. Comment prospecter, faire une offre tarifaire pour des séminaires bien ficelés ?

METTRE EN PLACE L'OFFRE SÉMINAIRE

Quel que puisse être le niveau de qualité des prestations qui seront les vôtres en termes de séminaires, il importe avant tout de se démarquer de la concurrence. Pour ce faire, il faut préalablement identifier cette dernière :

- il y a les concurrents 'sérieux' (hôtels de chaîne 2 et 3 étoiles), lesquels possèdent des procédés bien établis et maîtrisés par des services dédiés ;
- il y a les concurrents 'atypiques', lesquels proposent une prestation originale (séminaires dans les arbres, par exemple) ;
- vous rencontrerez des concurrents 'prestiges' (châteaux hôtels ou 4 étoiles) : lesquels offrent des tarifs et prestations haut de gamme et donc élitistes ;
- il y a enfin les concurrents 'hors-jeu' : ces derniers proposent une offre assez floue ou paraissant mal maîtrisée et peu professionnelle.

Fort de cette connaissance, le mieux est encore d'établir des fiches de concurrents

qui vous permettront, après examen, d'une part de positionner votre savoir-faire et, d'autre part, d'identifier l'offre que vous souhaitez mettre en place.

Pour affiner les objectifs de votre offre séminaire, vous devez répondre aux questions suivantes, en prenant en compte les tendances et les modes qui peuvent affecter les choix de vos

proche des contraintes de son client : y a-t-il des régimes à prendre en compte, des contraintes à observer afin de respecter les considérations religieuses ? Autant d'informations qui peuvent être recueillies au travers d'une 'fiche séminaire' que vous joindrez au devis... Tel un bon professionnel !

Selon une étude de l'Anae (Association



© THINKSTOCK

Fini le temps où le vidéoprojecteur, l'insonorisation de la salle ou l'apéritif étaient payants : ces prestations appartiennent aujourd'hui à l'offre globale.

prospect. Quels types de pause puis-je proposer ? Quels menus choisir ? Autant de questions qui font appel, pourtant à un peu de bon sens et de perspicacité. Une petite pause campagnarde par exemple ? Il est à craindre que cette dernière ne fédère pas la clientèle à une époque où l'équilibre alimentaire a la cote, etc. Il faut apprendre à demeurer au plus

nationale des agences événementielles), 60 % des clients d'agences événementielles sont intéressés par la sensibilisation aux enjeux environnementaux. C'est une donnée qu'il est utile de connaître pour pouvoir mettre en avant votre capacité à organiser un séminaire autour de thématiques sur le développement durable par exemple.



Sachez proposer des prestations à vraie valeur ajoutée : soirée à thème, sorties de l'établissement, intervention d'un animateur.

PROSPECTER UNE CLIENTÈLE

Vous êtes prêt, lucide sur ce que peut être votre offre séminaire, sur les coûts et les marges... Il ne reste plus qu'à trouver les clients. Où s'adresser alors ? Vous pouvez bien sûr, si ce n'est pas encore fait, demander à être référencé chez les prescripteurs locaux : chambre de commerce et d'industrie, comités régional et départemental du tourisme, offices de tourisme... Vous pouvez également solliciter les fichiers de la CCI pour envoyer un mailing aux entreprises locales, vous pouvez réserver une part de votre budget pour financer quelques annonces publicitaires dans la presse locale. Mais plus sûrement, n'hésitez pas à visiter les entreprises et faites des offres directes à cette occasion. Peu d'hôteliers osent se lancer dans cette stratégie et pourtant... C'est payant ! Si vous ne vous sentez pas des plus à l'aise dans cette démarche ou si le temps vous manque, vous pourrez vous mettre en relation avec les écoles dispensant des BTS ou IUT commerciaux, leurs élèves sont à la recherche de ce type de stage sur des durées souvent supérieures à cinq semaines.

ADAPTER SA STRATÉGIE TARIFAIRE

Vous êtes sollicité par un prospect, votre devis doit alors parvenir au client dans les 48 heures ! D'où l'impérieuse nécessité de bien avoir préparé et listé les diverses prestations que vous êtes en mesure de fournir. Fini le temps où le vidéoprojecteur, l'insonorisation de la salle ou l'apéritif étaient payants : ils appartiennent désormais à l'offre globale. En revanche, sachez proposer des prestations à vraie valeur ajoutée :

HCR FORMATIONS VOUS ACCOMPAGNE DANS VOS DÉMARCHES COMMERCIALES DE PROXIMITÉ

Selon une récente étude d'un grand cabinet spécialisé dans le secteur des CHR, moins de 15 % des hôteliers réalisent des actions commerciales auprès des entreprises qui se trouvent à proximité de leur établissement. Elles représentent pourtant un potentiel d'activité important pour l'hôtelier-restaurateur, que ce soit pour se restaurer, pour organiser des séminaires ou bien pour héberger leurs collaborateurs, clients, fournisseurs...

Bien souvent, ces actions ne sont pas mises en place faute de temps ou par réticence de l'hôtelier à prendre son 'bâton de pèlerin'. Fort de quinze années passées à diriger

des établissements de 50 à 300 chambres au sein de grands groupes hôteliers, **Jean-Jacques Maignan** (diplômé de Sup de Co Rennes) a créé une structure de conseils principalement axée sur le développement et l'accompagnement commercial. "Les leviers d'amélioration sont souvent évidents, ce qui permet de garantir des résultats rapides et quantifiables. J'accompagne l'hôtelier dans l'élaboration de son plan d'actions commerciales mais également dans ses démarches opérationnelles : mailing, phoning et rendez-vous avec les prospects." Une 'boîte à outils' est systématiquement remise

aux hôteliers afin de leur permettre de continuer facilement les actions entreprises ensemble. "J'ai la chance de collaborer avec un grand groupe hôtelier français et les nombreuses missions déjà entreprises ne font que conforter mon action auprès des exploitants car ils se rendent compte de deux choses : il existe un énorme potentiel à proximité immédiate de leur établissement et nous recevons toujours un accueil très favorable des entreprises contactées. Normal, presque personne ne l'a fait avant nous."

HCR Formations • Jean-Jacques Maignan •
Tél. : 06 63 41 07 00 •
contact@hcrformations.fr
• www.hcrformations.fr



Il faut apprendre à demeurer au plus proche des contraintes de son client : y a-t-il des régimes à prendre en compte, des contraintes à observer afin de respecter les considérations religieuses ?

soirée à thème, sorties de l'établissement, intervention d'un animateur, etc. Et comme il est toujours de bonne guerre de négocier un peu, gardez quelques cadeaux de bienvenue sous le coude plutôt que de rogner sur votre marge : apéritif offert, bar ouvert plus tard, cadeaux de bienvenue dans les chambres...

En revanche, soyez fermes sur la nécessaire confirmation du séminaire par le client. Vous lui enverrez systématiquement - et obligatoirement - un contrat type qui reprendra les éléments financiers et notamment le versement d'arrhes sur plusieurs échéances (30 % pour confirmer, 50 % un mois avant la manifestation, il ne vous restera qu'un solde dû de 20 % après prestation).

UNE ORGANISATION SANS FAILLE

De la même manière que vous avez créé des fiches concurrents, des fiches clients, des fiches prospection... vous pouvez, pour vous-mêmes et pour vos équipes, créer des fiches de procédures et de planning afin de garantir la qualité de votre prestation. Cela pourrait être l'assurance du bon déroulement et du succès de votre prestation. ■

Face à la diversité grandissante de la clientèle, comment réagir et proposer des menus où chacun retrouverait un peu de soi et de son histoire ? PAR LAURENCE JAFFRE-LE BOUQUIN, DIÉTÉTICIENNE

Alimentation et religions : comment s'adapter ?

Aucune loi, bien sûr, ne vous oblige à adapter les repas servis aux préceptes religieux de vos clients - c'est le respect du principe de laïcité. Il peut cependant être important en tant que restaurateur de satisfaire cette demande qui croît au fil du temps, afin d'étoffer sa clientèle. Comment profiter alors de cette diversité culturelle ? La première religion en France reste le catholicisme : 60 à 65 % des Français se disent proches de la religion catholique. Quant à l'islam, il constitue, aujourd'hui, la deuxième religion en métropole et concerne environ 6 % de la population. Vient ensuite le protestantisme (2 % des Français), le judaïsme (environ 600 000 personnes), puis le bouddhisme (environ 300 000) ; 25 % de la population française se déclare athée. La France est le pays européen qui compte proportionnellement le plus grand nombre de musulmans, de juifs et de bouddhistes.

QUELS SONT LES ALIMENTS 'INTERDITS' PAR L'ISLAM ?

Chez les musulmans, le porc et les aliments contenant du sang sont 'haram', c'est-à-dire impurs. Le vin et les boissons alcoolisées sont illicites.

Par contre, les autres viandes, y compris le lapin, peuvent être consommées si les animaux sont abattus de façon rituelle halal. La certification de sacrificateurs 'halal' est délivrée par trois mosquées (Paris, Evry et Lyon), mais certaines entreprises privées ont réussi à imposer leur label de certification.

Cette appellation halal devient peu à peu un argument de vente et de nombreux restaurateurs proposent des viandes certifiées à leurs clients. Dans le même



La rupture du jeûne et la commensalité qui l'accompagne sont des instants importants dans le Ramadan que célèbrent les musulmans.

esprit, des produits garantis halal apparaissent sur le marché. Dans ce cas, les fabricants s'engagent notamment à produire des gammes de produits ne contenant aucun additif non conforme à la religion comme le colorant E120 (rouge cochenille), les émulsifiants E471 et E472 qui peuvent être fabriqués à partir de graisses animales ou végétales, ou encore la gélatine animale et l'alcool.

Il est important de toujours vérifier les étiquettes car de simples bonbons, certains éléments de décoration des plats, voire certains produits alimentaires intermédiaires comme les préparations pour entremets, riz au lait ou gâteaux, peuvent contenir ces additifs.

Mathieu Pawlak (lounge Le Paris, à Savigny-le-Temple, en Seine-et-Marne), lui, utilise le gélifiant naturel agar-agar en lieu et place de la gélatine.

Retrouvez l'article 'Le Snacking des chefs : Mathieu Pawlak présente son idée halal' avec le mot-clé **RTR713381** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

QUELS SONT LES PRÉCEPTES DU JUDAÏSME ?

Dans les préceptes du judaïsme, les aliments propres à la consommation sont dits cashers. La 'casherout' désigne l'ensemble des lois et des coutumes s'appliquant à la nourriture. Ces règles sont assez complexes et suivies diversement selon les pratiquants. Les animaux interdits sont le porc, le lapin et tous les autres mammifères (sauf les ruminants et ceux qui ont le sabot fendu : bœuf, mouton, chèvre, cerf...), les crustacés et coquillages, les cuisses de grenouille et les escargots. Les viandes et volailles doivent être abattues de façon rituelle. Les poissons



À gauche : les latkes sont un mets typique de la fête juive de Hanoukka.

À droite : l'agneau pascal, plat traditionnel catholique.

autorisés sont les poissons à écailles et nageoires seulement. Évitez donc de servir de la raie, de la roussette... et vérifiez la composition des plats préparés à base de poisson comme la soupe ou les fumets. Certains aliments ne doivent pas être mélangés comme la viande et le lait ou tout autre produit laitier. Il faut donc les servir dans des assiettes différentes et avec des couverts différents. Les vins et autres boissons alcoolisées sont tolérés s'ils sont cashers. **Paul Brunet** vous explique dans son article 'Qu'est ce qu'un vin casher ?'

Retrouvez l'article de **Paul Brunet** avec le mot-clé **RTR92289** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

terme, mais plutôt comme une philosophie de vie. Il compte néanmoins plus de 500 millions d'adeptes dans le monde. La plupart des bouddhistes sont végétariens car ils sont motivés par le souci de ne pas faire souffrir, ni de tuer. S'abstenir de boire de l'alcool fait également partie de leurs préceptes. Si proposer des menus végétariens semble aisé, il ne suffit pas d'enlever la viande et de la remplacer par des légumes (comme on peut le voir dans des pizzas ou des sandwichs). Il faut essayer de maintenir un équilibre alimentaire : en Inde par exemple, le daal, plat à base de lentilles et d'épices, se mange avec du riz. En Amérique du Sud, les haricots rouges se consomment avec des galettes de maïs. On peut également

associer du riz et des petits pois, de la semoule et des pois chiches pour avoir un apport satisfaisant en protéines. Connaître ces quelques principes vous permettra d'offrir à votre clientèle, quelle que soit sa religion ou sa nationalité, une prestation personnalisée. La clientèle se sentira respectée et comprise... et elle reviendra. ■

Sources

- 'Les relations des cultes avec les pouvoirs publics', rapport de **Jean-Pierre Machelon** au ministre de l'Intérieur, 2006.
- 'Quand les religions s'invitent à table', article de **Michel Le Jeune** et **Charles Conte**, paru en avril 2011, dans *Cuisine collective*.

QU'EN EST-IL DE LA RELIGION CATHOLIQUE ?

Les usages catholiques, comme la période de carême ou le vendredi saint, sont en grande partie tombés en désuétude. On continue cependant à y attacher de l'importance dans certaines collectivités, notamment en milieu hospitalier et en établissements pour personnes âgées. Les menus des vendredis de carême ne comportent alors ni viande, ni denrées trop riches.

ET POUR LE BOUDDHISME ?

Le bouddhisme n'est pas toujours reconnu comme une religion au sens strict du



Le daal est un plat indien à base de lentilles.

Le mot édulcorant vient du latin 'dulcis' qui veut dire 'doux'. Ce mot s'emploie pour désigner des produits qui donnent une saveur sucrée. Si l'on part de ce principe... le sucre est donc un édulcorant ! Mais dans le langage courant, un édulcorant demeure un produit qui donne une saveur sucrée tout en apportant très peu d'énergie.

L. J.-L.B.

Les édulcorants : peut-on les utiliser pour cuisiner ?

On distingue deux grandes catégories d'édulcorants : les édulcorants de synthèse et les édulcorants de charge (polyols). Les édulcorants de synthèse - appelés aussi édulcorants intenses - possèdent un pouvoir sucrant très élevé : l'aspartame, par exemple, est 200 fois plus sucrant que le saccharose (le morceau de sucre que l'on met dans le café) : 1 g d'aspartame pur pourra remplacer 200 g de sucre. On en déduit donc facilement les intérêts économiques et nutritionnels de ces produits.

Les polyols (ou édulcorants de charge) comme le sorbitol, le mannitol, la maltitol, le xylitol sont surtout utilisés

dans l'industrie agroalimentaire, pour les produits à valeur énergétique réduite ou sans sucre ajouté. Leur intérêt : apporter moins d'énergie que le sucre classique (saccharose), donner une certaine texture aux produits et ne pas provoquer de caries. À forte dose, ils ont cependant des pouvoirs laxatifs. À consommer avec modération !



Millefeuille aux fruits exotiques au Splenda®.



Feuilles de stévia.

QUELS ÉDULCORANTS INTENSES PEUT-ON TROUVER DANS LE COMMERCE ?

Édulcorant	Exemples de marques présentes dans le commerce (liste non exhaustive)	Pouvoir sucrant (comparaison entre édulcorant et sucre : le pouvoir sucrant du saccharose est de 1)	Dose journalière admissible (DJA) par jour	Dates de découverte et de commercialisation en France	Utilisations
Acésulfame K (E 950)	Sunnett®	200	9 mg/kg (depuis 2000)	Découvert en 1967, commercialisé depuis 1994	Utilisé dans les boissons non alcoolisées, les desserts, les produits laitiers, les gommes à mâcher. Souvent mélangé avec d'autres édulcorants. Bonne résistance à la chaleur.
Aspartame (E 951)	Assugrin Gold®, Canderel®, Carte Blanche®, Sucrandel®...	200	40 mg/kg	Découvert en 1965, commercialisé depuis 1994, autorisation confirmée en 2002	Le plus utilisé. Présent dans de nombreux produits allégés (boissons, produits laitiers, confiseries, glaces etc.). Édulcorant de table. Certaines formes commerciales résistent bien à la chaleur.

Édulcorant	Exemples de marques présentes dans le commerce (liste non exhaustive)	Pouvoir sucrant (comparaison entre édulcorant et sucre : le pouvoir sucrant du saccharose est de 1)	Dose journalière admissible (DJA) par jour	Dates de découverte et de commercialisation en France	Utilisations
Cyclamates (E 952)	Assugrin Classic® et Hermesetas original liquide®	30 à 50	7 mg/kg	Découvert en 1937, commercialisé depuis 1982, autorisation confirmée en 2000	En Europe, utilisation limitée aux boissons non alcoolisées, aux desserts et aux confiseries du commerce. Édulcorant de table mélangé avec d'autres édulcorants. Stable à basse et haute température.
Saccharine (E 954)	Sun Suc®, Edulcor®	300 à 500	5 mg/kg	Découvert en 1879, commercialisé depuis 1993, autorisation confirmée en 1995	Édulcorant de table. Convient à la cuisson. Utilisé dans les desserts, les produits laitiers, les boissons non alcoolisées, souvent en association avec d'autres édulcorants.
Sucralose (E 955)	Splenda®, Aqualoz®	600	15 mg/kg	Découvert en 1976, autorisation en 2004	Édulcorant de table. Bonne résistance à la chaleur. Utilisé dans les boissons, les gommes à mâcher, les pâtisseries, les produits laitiers.
Rébaudioside A (Stévia)	Steviasweet®, Stevia®, Pure Via®, Canderel Green®	10 à 300 selon la forme commerciale	4 mg/kg	Utilisée depuis 2 000 ans en Amérique du Sud, autorisée depuis septembre 2009 en France.	Résiste à la chaleur jusqu'à 200 °C. Peut être utilisé en pâtisserie. Les feuilles séchées de stévia ont une couleur verte et un goût de réglisse. La substance extraite de la plante, le rébaudioside A, a une couleur blanche et un goût de réglisse beaucoup moins prononcé.

Sources : International Sweeteners Association, directive 94/35/CE, Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, stevia-sucre.com, splenda.fr. De plus en plus de fabricants agroalimentaires utilisent des associations d'édulcorants, comme par exemple des sels produits à partir d'acésulfame et d'aspartame (E962).

À QUOI CORRESPOND LA DOSE JOURNALIÈRE ADMISSIBLE (DJA) ?

La DJA correspond à la dose d'édulcorants qu'une personne peut ingérer tous les jours de sa vie sans risque pour la santé. Elle est fixée par un comité d'experts de l'Organisation des nations unies pour l'agriculture et l'alimentation (FAO) et l'Organisation mondiale de la santé (OMS) sur les additifs alimentaires (JECFA) et s'exprime en mg/kg de poids corporel. Exemple : un homme pesant 70 kg peut ingérer jusqu'à 2 800 mg d'aspartame. Sachant qu'un soda ne peut contenir plus de 600 mg/l d'aspartame (directive 94/35/CE), il faudrait que le consommateur en boive 4,6 litres par jour, et cela de façon quotidienne, pour qu'il y ait peut-être un risque pour sa santé...

QUELS SONT LES INTÉRÊTS DE CES ÉDULCORANTS ?

Dans l'industrie, l'utilisation d'édulcorants à la place du sucre se justifie pour la fabrication de denrées alimentaires à valeur énergétique réduite, d'aliments sans sucre ajouté, de produits non cariogènes, de produits diététiques ou de médicaments sans sucre.

Pour un restaurateur, l'utilisation de ces édulcorants permet de réduire l'apport en sucre d'un aliment, tout en conservant sa saveur. Il peut ainsi répondre à la demande de clients diabétiques ou désireux de mincir ou voulant tout simplement se faire plaisir sans prendre de poids.

À l'heure du café, il est judicieux de proposer des sucrées ou des sticks d'édulcorants en poudre, en plus du sucre, afin que le client ait le choix. Les formules de ces édulcorants ont été modifiées au fil des ans, afin d'améliorer le goût et la texture (les édulcorants vendus en poudre contiennent en général des malto-dextrines, de l'amidon ou du lactose qui servent de support à l'édulcorant). Les formes liquides sont très faciles à doser. La résistance à la chaleur a également été améliorée et ils peuvent désormais s'intégrer dans

des pâtisseries qui n'ont rien à envier aux préparations traditionnelles. La recette suivante en est un exemple parmi beaucoup d'autres.

BISCUIT AUX NOISETTES EN VERRINES



Ingrédients pour 6 verrines :

- 120 g de poudre de noisettes
- 8 cuillères à soupe bombées de Splenda® en poudre
- 200 g de mascarpone
- 8 blancs d'œufs
- 2 cuillères à café d'extrait de café

Réalisation

- Préchauffer le four à 210 °C.
- Mélanger la poudre de noisettes et 5 cuillères à soupe de Splenda® en poudre dans un saladier.
- Battre 6 blancs en neige ferme et les incorporer à la préparation.
- Étaler cet appareil sur une plaque de cuisson. Cuire 10 minutes et réserver.
- Préparer la crème : battre les deux autres blancs en neige. Ajouter 2 cuillères à soupe de Splenda® en poudre, l'extrait de café et le mascarpone. Le mélange doit être onctueux.
- Découper des ronds de biscuits à l'emporte-pièce. Disposer dans des verres un rond de biscuit, une couche de crème et à nouveau un rond de biscuit. Saupoudrer d'une cuillère à soupe de Splenda® juste avant le service.

Cette recette au Splenda® apportera environ 80 kcal de moins par portion par rapport à la même recette réalisée avec du sucre.

Attention au dosage : il y a souvent une équivalence en volume et non en poids. Pour remplacer une cuillère à café de sucre qui pèse 5 g, il faut une cuillère à café d'édulcorant qui ne pèsera que 0,5 g.

QUELS SONT LES INCONVÉNIENTS DE CES PRODUITS ?

Pour un cuisinier, ces édulcorants n'ont pas vraiment d'inconvénients, puisqu'ils permettent de mettre au point des recettes agréables et de répondre à la demande des clients. Il faut cependant avertir ces derniers que prendre un dessert 'sans sucre' ne les fera pas maigrir. Une perte de poids doit s'inscrire dans le cadre d'un programme personnalisé de contrôle des apports énergétiques et des sucres.

Certaines personnes n'aiment pas le goût de ces édulcorants, plus ou moins différent du goût du sucre blanc. L'acésulfame par exemple a un goût amer assez prononcé. C'est pour cela qu'il est utilisé en mélange avec d'autres édulcorants. L'aspartame ou le sucralose ont un goût plus proche de celui du saccharose. Mais le goût est subjectif... L'un des problèmes de ces additifs est qu'ils conduisent à un maintien de l'appétence pour le goût sucré. Les buveurs de sodas 'light' en boivent plus que les buveurs de sodas ordinaires. Il y a peut-être un phénomène de déculpabilisation : c'est léger, donc je peux en prendre plus... Dans ce cas, il est peut-être plus sensé de consommer des aliments normalement sucrés mais d'en consommer moins... le débat est ouvert.

Les doses journalières admissibles (DJA), revues très régulièrement par les instances sanitaires, nous montrent que ces édulcorants, à dose raisonnable, ne sont pas nocifs pour la santé. Mais de nombreux sites internet et médias les accusent de tous les maux, souvent sans preuves réelles. Bref, les édulcorants n'ont pas fini de faire parler d'eux...

D'après le dictionnaire Larousse, décrypter signifie "rendre intelligible un texte obscur, l'élucider". C'est donc bien de décryptage qu'il s'agit lorsqu'on s'intéresse aux étiquettes des différentes denrées alimentaires. Comment se retrouver dans ce dédale d'abréviations, de sigles et de chiffres ? Voici quelques pistes pour devenir des acheteurs, mais aussi des vendeurs avertis, car si vous fabriquez et vendez votre foie gras, vos conserves ou vos confitures, les règles sont identiques.

L. J.-L. B.

Comment décrypter l'étiquetage des produits alimentaires ?

QUE DIT LA RÉGLEMENTATION ?

L'étiquetage doit faire figurer diverses informations qui renseignent objectivement le consommateur. Elles doivent être rédigées au moins en français. Cet étiquetage doit être loyal et ne doit pas induire le consommateur en erreur (composition du produit, origine...).

Plusieurs mentions sont obligatoires :

- la dénomination de vente qui définit le produit (confiture extra de framboises, par exemple) ;
- l'origine, si son omission risque d'induire le consommateur en erreur (un chorizo espagnol fabriqué en France), on peut n'indiquer que le pays, le département, voire la commune (par exemple : Fabriqué en Ardèche) ;
- la liste des ingrédients mis en œuvre par ordre d'importance décroissante. Tous les ingrédients, même ceux qui sont utilisés en petites quantités, doivent apparaître, notamment les additifs.

QUELLES SONT LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES D'ADDITIFS ?

- les colorants, qui permettent d'améliorer l'aspect visuel du produit et de renforcer sa couleur (E100 et suivants) ;
- les conservateurs, qui rallongent la durée de vie du produit, en empêchant le développement de moisissures, par exemple (E200 et suivants) ;
- les antioxydants, qui freinent l'altération due à l'oxygène et les modifications d'aspect (E300 et suivants) ;
- les épaississants, qui donnent une meilleure texture au produit. C'est très



La date limite d'utilisation optimale s'applique à des denrées moins fragiles.

souvent de l'amidon (E1400 et suivants) ou des produits à base d'algues ou autres gélifiants (E400 et suivants) ;

- les acidifiants (E500 et suivants) vont rehausser le goût du produit et freiner le développement microbien ;
- les exhausteurs de goût (E600 et suivants) dont le glutamate est le plus connu et parfois à l'origine de migraines chez les personnes sensibles ;
- et enfin les édulcorants comme l'aspartame (E900 et suivants) qui vont donner un goût sucré au produit avec un moindre apport énergétique. Ils sont utilisés dans de très nombreux produits 'light' ou sans sucre ajouté.

EXEMPLE D'ÉTIQUETAGE

- Dénomination : Préparation pour crème brûlée à la vanille Bourbon avec grains de vanille stérilisée UHT - Brique 1 l.
- Ingrédients : crème entière ; lait écrémé ; sucre ; jaunes d'œufs (5 %) ; amidon modifié : E1422 ; arôme : vanille naturelle ; grains de vanille épuisés ; stabilisants : carraghénanes, xanthane ; colorants : E101, E160b.
- Conservation
- DLUO : 70 jours (garantie entropôt).

- Ne pas stocker à plus de 18 °C. Éviter les variations brutales de température. Ne pas congeler en l'état.

Valeurs nutritionnelles

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 g :

- protéines : 3 g
- glucides : 18 g
- lipides : 13 g

Valeurs énergétiques moyennes pour 100 g :

- kJ : 838
- kcal : 201

On constate dans cet exemple que les additifs peuvent être notés sous la forme 'E...' (nomenclature européenne) ou précisés en toutes lettres. L'amidon modifié correspond à E1422, et les stabilisants utilisés, carraghénanes et xanthane auraient pu être notés respectivement E407 et E415. Les carraghénanes correspondent à de la farine issue d'une variété d'algues rouges. Quant à la gomme xanthane, c'est un composé obtenu par fermentation bactérienne sur un substrat à base d'amidon de maïs et de glucose. Le colorant E101 est un colorant jaune de la famille moléculaire de la vitamine B2 et le colorant E160b est le rocou, pigment rouge-orangé extrait de l'enveloppe de la graine du fruit du rocuyer (arbuste d'Amérique tropicale). Les additifs utilisés dans ce produit sont considérés comme sans danger pour le consommateur. Seuls quelques rares cas d'allergie au rocou ont pu être signalés. Mais sur certains produits, on peut désormais trouver la mention : 'Peut avoir des effets indésirables sur

72 Salon du sandwich

l'activité et l'attention chez les enfants' sur les aliments contenant des colorants comme le rouge cochenille (E124). Vous pourrez trouver d'autres informations sur le site de l'EFIC (European Food Information Council, www.efic.org). Si ce fabricant propose un produit de qualité, ce n'est pas le cas de tous et l'ordre décroissant des ingrédients peut parfois surprendre, comme par exemple dans le cas d'une soupe déshydratée, destinée aux professionnels de la restauration, vendue comme 'velouté aux asperges' : le premier ingrédient est le sirop de glucose, suivi de la pomme de terre, du sel, et enfin des asperges (2 %) !

LES VALEURS NUTRITIONNELLES SONT-ELLES OBLIGATOIRES ?

Sur l'exemple ci-dessus, les apports nutritionnels (protéines, lipides, glucides, valeurs énergétiques) apparaissent sur l'étiquetage. Ces informations sont obligatoires depuis le 22 novembre 2011, selon le règlement n° 1169/2011 (*Journal officiel de l'Union européenne*) et devraient apparaître progressivement sur la majorité des produits. Il y a quelques dérogations, si le produit est brut (viande, poisson, épices, etc.) par exemple, ou encore si l'emballage est trop petit et ne permet pas une lisibilité correcte des indications nutritionnelles.

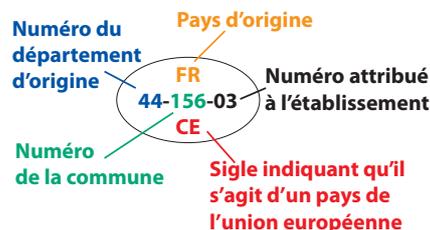
QUELLES SONT LES AUTRES MENTIONS OBLIGATOIRES ?

- la quantité de certains ingrédients, par exemple ceux mis en valeur sur l'étiquetage ou dans la dénomination de vente (ex. : gâteau aux fraises, pizza au jambon) ;
- la quantité nette du produit en volume (produit liquide) ou masse (autres produits). Si le produit est présenté dans un liquide, il doit y avoir une indication du poids net égoutté ;
- la date de consommation pour les denrées périssables ;

La DLC (date limite de consommation) s'applique à des denrées microbiologiquement très périssables, qui, de ce fait,

sont susceptibles après une courte période de présenter un danger immédiat pour la santé humaine. Dans certains cas, c'est la réglementation en matière de contrôle sanitaire qui fixe une durée de conservation : yaourts, charcuteries et viandes fraîches, plats cuisinés réfrigérés, etc. Elle s'exprime sur les conditionnements par la mention : 'À consommer jusqu'au...' suivie du jour et du mois. Il est très important de respecter cette date. La DLUO (date limite d'utilisation optimale) s'applique à des denrées moins fragiles. Le fabricant garantit les qualités organoleptiques (goût, texture, aspect...) jusqu'à cette date mais, passé ce délai, le produit ne présente pas ou très peu de risques microbiens. Vous n'avez cependant pas le droit d'utiliser des produits périmés dans votre établissement.

- l'identification du fabricant ;
- le numéro du lot de fabrication, à des fins de traçabilité ;
- le mode d'emploi, si la denrée nécessite un usage approprié ou une conservation spécifique (exemple : à conserver dans un endroit sec) ;
- la marque de salubrité (ou estampille sanitaire), qui identifie les établissements préparant, traitant, transformant, manipulant ou entreposant des denrées animales ou d'origine animale.



Toutes les autres mentions (biologique, pur, de campagne, artisanal, à l'ancienne, etc.) sont également réglementées, ainsi que les différents labels de qualité (Label rouge, AOC, AOP, IGP, etc.). Pour de

plus amples renseignements : <http://europa.eu>, www.legifrance.gouv.fr, www.inao.gouv.fr

LES RISQUES ALLERGIQUES

Depuis 2005, les ingrédients pouvant entraîner un risque allergique doivent également être indiqués, à savoir :

- les céréales contenant du gluten (blé, seigle, orge, avoine) ;
- les crustacés et produits à base de crustacés ;
- les œufs et produits à base d'œufs ;
- le poisson et produits à base de poissons ;
- les arachides et produits à base d'arachide ;
- le soja et produits à base de soja ;
- le lait et produits laitiers (y compris lactose) ;
- les fruits à coques (noix, noisettes, amandes, etc.) et produits dérivés ;
- les graines de sésame et produits à base de sésame ;
- les sulfites en concentration d'au moins 10 mg/kg (les sulfites sont utilisés comme conservateurs et stabilisants dans quasiment tous les vins) ;
- la moutarde ;
- le lupin et produits dérivés (utilisé comme améliorant dans de nombreux produits de panification) ;
- les mollusques et produits dérivés ;
- le céleri et produits dérivés (présent dans de très nombreux fonds, bouillons et fumets).

De nombreux éléments sont donc à observer pour avoir une opinion de la qualité et de la provenance du produit. Bien lire les étiquettes permet d'acheter de façon rationnelle, mais également de renseigner le client avec fiabilité et sécurité.



Retrouvez tous les articles de "Diététique : répondre à la demande de la clientèle" avec le mot-clé **RTK5231** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Salon du Sandwich

■ LES CONCOURS DES SALONS SANDWICH & SNACK SHOW ET PARIZZA

Mercredi 15 février de 10 heures à 11 h 30 sur le Snacking des chefs.

La coupe du monde Délifrance du sandwich



La 9^e édition de la coupe du monde Délifrance du sandwich se tiendra le 14 février 2012 à l'école de boulangerie et de pâtisserie de Paris. Les résultats du concours seront donnés le lendemain au Sandwich & Snack Show à 10 heures sur le Snacking des

chefs, lors d'une animation exceptionnelle qui fera revivre les plus beaux moments de la compétition avec les finalistes. *"Nous revenons avec plaisir au Sandwich & Snack Show avec une palette complète de produits et de solutions sandwich et snacking pour répondre à une tendance nomade qui poursuit sa progression. Nous sommes également très fiers d'y organiser la 9^e coupe du monde du sandwich qui accueillera cette année 8 candidats d'écoles hôtelières parmi les plus réputées dans le monde"*, déclare **Sébastien Le Bescond**, directeur marketing de Délifrance.

Les candidats, venus de 8 pays (France, Grande-Bretagne, Italie, Suisse, Belgique, Turquie, Malaisie et Japon), offriront de nouvelles inspirations culinaires aux professionnels de la restauration rapide. Ils seront notés par un jury de professionnels sur la base de cinq critères : aspect pratique, esthétique, originalité de la recette, équilibre nutritionnel et prix de revient (qui doit être inférieur à 2 €). Ce jury sera composé de sept professionnels de la restauration et sera présidé par **Yannick Delpech**, chef 2 étoiles *Michelin*, et **Pascal Barillon**, boulanger. Deux compétences réunies pour évaluer l'alliance parfaite entre le pain et les ingrédients sélectionnés. Leurs points compteront double. ■



Samer Baaklini, vainqueur 2011 de la coupe du monde Délifrance du sandwich.

www.delifrance.com

Découvrez notre
NOUVEAU site web



www.jean-routhiau.fr



ÉMINCÉS DE FILET DE POULET CUIT FUMÉ

Une recette de qualité :

Texture de la viande moelleuse
Émincés fumés avec une coloration uniforme

Une mise en œuvre pratique et rapide :

Produit cuit, prêt à consommer froid ou chaud



Les idées saveurs :

Les émincés accompagneront vos sandwiches, salades, pizzas ou quiches. Vous pouvez également les consommer avec des tagliatelles.

Retrouvez toutes nos gammes de produits sur
www.jean-routhiau.fr

groupe
ROUTHIAU

Jean Routhiau SA
BP 2 - 85250 Saint-Fulgent - France
Tél. 33 (0)2 51 42 70 70

Mercredi 15 février à 12 heures sur l'espace Conférences.



37 concepts en lice au Sandwich & Snack Show Academy

Sur les 37 concepts de restauration sélectionnés au concours 'Sandwich & Snack Show Academy', 3 seront distingués pour leur potentiel à être dupliqués en franchise ou en propre. Une 4^e distinction, le prix du public, récompensera un concept élu par les fans Facebook. Coup d'œil sur les nominés.

- **Adam's** : Tartines généreuses et inventives, Paris.
- **Label Ferme** : Sandwiches et salades sur mesure, au poids, avec des produits en provenance directe de producteurs de Haute-Savoie, Paris.
- **Pezzo** : Pizzas en tranches vendues au kilo. Produits romains haut de gamme, Paris.
- **Pegast** : Cuisine de terroir et de tradition servie dans des sandwiches, Paris.
- **Danone bar** : Kiosque-bar à yaourt et frozen yogurt à agrémenter de toppings, Paris.
- **Vélistime** : Cuisine maison apportée aux portes des entreprises à midi, Paris.
- **Cyclo pouce** : Restauration rapide distribuée à l'aide d'un triporteur. Renouvellement quotidien de la carte (plats chauds, soupes, sandwiches, salades, pâtisseries), Paris.
- **British Sandwich** : Sandwicherie haut de gamme anglaise, Paris.
- **Still good bagel** : Bagels et salades préparées à la commande, Paris.
- **McCafé** : Salad bar. Salades et wraps sur mesure, Paris.
- **Chaak** : Restauration rapide mexicaine. Burritos et fajitas à la demande, Paris.
- **Cactus** : Restauration rapide mexicaine. Burritos et fajitas à la demande, Paris.
- **DOD** : supérette axée sur l'alimentaire et la restauration rapide en po-



Cyclo pouce à Paris : Restauration rapide distribuée à l'aide d'un triporteur.

- sitionnement premium, Paris.
- **Le Stube** : Restauration rapide d'inspiration allemande, Paris.
- **Rutabaga** : Restauration rapide attachée à la culture culinaire et au terroir français, Paris.
- **Boco** : Plats 100 % bio imaginés par des chefs étoilés présentés dans des bocaux en verre en libre-service, Paris.
- **Vapiano** : Pizza-pasta-salade et antipasti en self-service moderne design et branché, Paris.
- **Our** : Kebab réinventé préparé par un chef étoilé, Paris.
- **Aubrac Corner** : Restauration rapide typée terroir aveyronnais, Paris.
- **De Clerq** : Friterie belge, Paris.
- **Francesca** : Restauration rapide italienne et épicerie fine, Paris.
- **Salad&Co** : Bar à salades bio, planchas, plats mijotés, jus de fruits frais en self-service, Lille.
- **Moving box** : Camion de vente ambulante lancé par Class Croute, qui sillonne les routes de Province.
- **Eaty.fr** : Restaurant nomade se déplaçant dans les zones de bureaux, Rennes.
- **Resto pouss** : Triporteur s'inspirant de la vente ambulante de hotdogs à New York. Sandwiches chauds et froids, salades, Toulouse.

- **In Bento** : Boîte nomade contenant un assortiment de bouchées aux goûts et textures différentes, salées et sucrées, Toulouse.
- **Pouce Concept** : Petite restauration et salon de thé autour du monde de l'enfance, coin boutique, atelier éveil et animations, Marseille.
- **Yod** : Fast-food de la mer ; fritures, burgers au poisson, moules frites, sandwiches poisson vapeur, Plan-de-Campagne.
- **Yassa fast-food** : Restauration rapide africaine livrée, Toulouse.
- **Comptoir des livres** : Petite restauration 100 % maison, livres en libre-service et soirées à thèmes, Angers.
- **My favourite place** : Salon de thé et épicerie fine anglo-saxonne, Paris.
- **Pains & Pergos** : Sandwicherie Sud-Ouest, Midi-Pyrénées.
- **Crep'eat** : Restauration rapide à base de crêpes, respect des traditions bretonnes, Chambourcy.
- **Aligot bar** : Restauration rapide aveyronnaise, Toulouse.
- **Twenty Peas** : Épicerie et table d'hôte, Paris.
- **Biotiful Lunch** : Produits bio et équilibrés à prix raisonnables, Orgeval.
- **Qualité & Co** : Restauration rapide avec des produits de qualité et équilibrés, Paris. ■



In Bento à Toulouse : Boîte nomade contenant un assortiment de bouchées salées ou sucrées.

Pour la deuxième année consécutive, le Sandwich & Snack Show s'intéresse au monde de la pizza, des pâtes et de la restauration italienne avec un salon dédié baptisé Parizza.

France Pizza Tour 2012



Le France Pizza Tour est reparti cette année sur les routes de l'Hexagone afin de dénicher les talents de demain. Les critères de sélection ne changent pas : les dix premiers pizzeraiolos de chaque étape se sont qualifiés après une épreuve qualité pour

la grande finale de Paris. Celle-ci aura lieu le 16 février 2012 durant le salon. Le vainqueur se verra décerner le titre de champion de France de la pizza par étapes par un jury composé d'anciens champions de France et de chefs étoilés. La catégorie 'qualité classique' est jugée sur critères de goût, de cuisson et de préparation devant le four (aisance, timing, hygiène, tenue, étalage). ■

www.parizza.com

LES QUALIFIÉS POUR LA FINALE

RÉSULTATS DE L'ÉTAPE D'ALLAUCH (13)

1^{er} Emanuel Zacchigna ;
2^e Romain Monier ; 3^e Nicolas Ribera ; 4^e Dominique Tomei ;
5^e Medhy Doumry ; 6^e Gerald Olivieri ; 7^e Ludovic Bicchierai ;
8^e Jérôme Capotofto ;
9^e Christian Brunel ;
10^{es} ex aequo Emilie Ferrerref et Sophie Sanz.

RÉSULTATS DE L'ÉTAPE DE MONTPELLIER (34)

1^{er} Anthony Roux Laffont ;
2^e Omer Sertovic ; 3^e Christian Brunel ; 4^e Elisa Falavigna ;
5^e Benoît Borel ; 6^e Frédéric Nereau ; 7^e Sophie Sans ;
8^e Julien Morin ; 9^e Frédéric Mialhe ; 10^e Corinne Gosabez.

RÉSULTATS DE L'ÉTAPE DE JEANMENIL (88)

1^{er} Cosmino Laurito ;
2^e Yves Grand Mouglin ;
3^e Laurent Bleu ; 4^e Jennifer

Laurito ; 5^e Gérard Kadah ;
6^e Christophe Donatei ;
7^e Nabil Berrahmane ;
8^e Brian Lehman ; 9^e Franck Reuze ; 10^e Rémi Podevin.

RÉSULTATS DE L'ÉTAPE D'AUBIGNY (85)

1^{er} Thierry Roselet ; 2^e Damien Feroux ; 3^e Yannick Saintot ;
4^e Frédéric Nerau ; 5^e Yann Dayer ; 6^e Morgane Bobet ;
7^e Alain-Guillaume Jean-Michel ;
8^e Jérôme Le Rouget ; 9^e Michel Plisson ; 10^e Jacky Bru.

RÉSULTATS DE L'ÉTAPE DE MEYZIEU (69)

1^{er} Erminio Cacciotti ; 2^e Leny Recrosio ; 3^e Georges Lescuyer ; 4^e Dominique Masson ; 5^e Mehdi Marouani ;
6^e Romuald Semanas ;
7^e Nanda Russier ; 8^e Steven Seys ; 9^e Hichem Alcalá ;
10^e Thibaut Chauville.



SCA HYGIENE PRODUCTS - S.A.S au capital de 83.390.129 € - RCS Bobigny 509 395 109 - ©Ilan Sauvage RCS Dreux

<http://www.facebook.com/Tork.France>

Réduisez votre consommation de **25%** et maximisez votre communication.



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



Toute la gamme serviettes www.tork.fr



Le chef du Jardin des sens à Montpellier défend une approche gourmande et esthétique de la restauration rapide.

Jacques Pourcel parraine le Snacking des chefs



Neuf 'idées' (D'ailleurs, Street Food, bio...) seront défendues les 15 et 16 février lors du Snacking des chefs.

Aujourd'hui, le snacking monte en gamme et met en avant la notion de plaisir. C'est une pause qui peut rimer avec gourmandise, sensualité, rêve... *"Le snacking, c'est une nouvelle façon de consommer, aller davantage vers une nourriture plus saine, et s'éloigner au maximum de la malbouffe. Une tendance à aller vers des produits de qualité à des prix accessibles : l'association des deux n'est pas incompatible"*, indique **Jacques Pourcel**, Le Jardin des sens. Comme chaque année, les chefs sont à l'honneur avec 9 idées réalisées en live sur le Snacking des chefs :



Jacques Pourcel, 2 étoiles Michelin.

LA TENDANCE SNACKISSIME, C'EST QUOI ?

Cette autre manière très en vogue de repenser la restauration rapide sera illustrée cette année sur le Sandwich & Snack Show. Témoignages.

- "L'enseigne Cojean a inspiré un nombre surprenant de nouveaux opérateurs - chaînes et indépendants - qui se sont lancés sur le marché de la restauration rapide haut de gamme en suivant cette mouvance axée sur la naturalité. Citons, entre autres, les concepts Bert's (2002), EatMe et Naked (2005), l'arrivée d'Exki en France (2006) et, plus récemment, Equi'Wok, L'Aubrac Corner, Boco, Our - le concept du 'chic kebab' - Le Carré des gourmets - un concept de

restauration rapide 100 % provençale - ou encore Cactus, Chaak et Torti'as pour le tex-mex. Rappelons aussi que plusieurs grands chefs se sont également lancés dans l'aventure : Alain Ducasse, Paul Bocuse, Guy Martin, Vincent Ferniot...", explique **Bernard Boutboul**, directeur général de Gira Conseil.

- "Manger vite, sain et nomade n'implique pas nécessairement de se nourrir d'aliments tristes, insipides et standardisés. C'est même plutôt l'inverse : la pause nourriture, parce qu'elle est synonyme de quotidien et de nécessité, appelle à de la variété, à des saveurs

originales et délicieuses, à de la beauté. Après une évolution fonctionnelle, puis éthique, le snacking s'intéresse désormais au plaisir : plaisir de trouver des produits de qualité, voire de luxe, avec par exemple le foie gras, la truffe ou le saumon fumé ; plaisir de manger d'élégantes pâtisseries ou des bouchées colorées conçues par des designers et mises en valeur dans des conditionnements précieux ; Plaisir de 'manger des histoires' en retrouvant des saveurs d'antan, des recettes de tradition adaptées aux contraintes du snacking ou des parfums rares," **Rémy Lucas**, directeur général de Cate Marketing.

Mercredi 15 février

- **12 h 30** : idée 'D'Ailleurs' par **Alain Caron**, Masterchef Hollande ;
- **14 h 15** : idée 'Le Chef fait son marché' par le duo **Gilles Choukroun**, chef du MBC (Paris, XVII^e), et **Flora Mikula**, chef de L'Auberge Flora (Paris, XI^e) ;
- **15 h 30** : idée 'Street Food' par **Claudio Aguirre**, gagnant de la coupe du monde de sandwich en Espagne ;
- **16 h 45** : idée 'Sucrée-salée' par **Ilan Waiche**, Danone.

Jeudi 16 février

- **10 heures** : idée 'Restauration collective' par **Anel Cusset**, 3 CERP ;
- **11 h 15** : idée 'Bio' par **Alain Alexanian**, À Point café (Lyon, 69) ;
- **12 h 30** : idée 'Pizza' par **Dorothee Leombruni**, championne du monde de pizza, Stellina Pizza ;
- **14 h 15** : idée 'Le Chef fait son marché' par **Jacques Pourcel**, Le Jardin des sens (Montpellier, 34) ;
- **15 h 30** : idée 'Sucrée' par **Patrick Chevallot**, Pâtisserie Chevallot ;
- **16 h 45** : Idée 'Traiteurs' par la Confédération nationale des charcutiers traiteurs. ■

L'édition 2012 du salon mettra en avant la cuisine de rue, notamment à travers deux animations.

Coup de pouce à la mobilité et au nomadisme

Notion clé sur le segment, le nomadisme n'en finit plus de se développer et repousse toujours plus loin les frontières du snacking. Une multitude de camions 'gourmets' a vu le jour pour répondre à la demande croissante de cuisine innovante et

pratique de la part des consommateurs. Aux États-Unis, le phénomène 'Food Truck' est déjà bien installé et a même ses propres Oscars : les Vendy Awards. Le Sandwich & Snack Show proposera différentes animations pour illustrer ce phénomène. ■



Thierry Marx, chef étoilé et ambassadeur de la cuisine de rue.

• **La Baraque à snack** : devant le salon, un Food Truck proposera une offre snacking inventive à savourer sur le pouce. Pilotée par **Thierry Marx**, La Baraque à snack sera animée par des apprentis cuisiniers

en réinsertion, en partenariat avec Teknobox et le lycée professionnel Saint-Michel de Blanquefort (33).
Mercredi 15 et jeudi 16 février, au coin du Pavillon 4

• **Le Snacking mobile** : parrainés par Thierry Marx, des étudiants de Strate College, école supérieure de design industriel (Sèvres, 92) présenteront des projets sur la thématique de la cuisine de rue.

Mercredi 15 février à 14 h 30 sur le Laboratoire de tendances



La Baraque à snack sera pilotée par **Thierry Marx** et stationnera à l'entrée du salon.

Vente à emporter, boissons gourmandes, goûtez à la qualité Necta.



Large offre de boissons (sélections multiples)



Facilité d'utilisation et gain de temps



Solution flexible : service à la tasse, au bol ou au pichet



Production des boissons en temps réel (maîtrise des coûts sans gaspillage)



Garantie d'hygiène et procédures simples de nettoyage



Design élégant



SANDWICH & SNACK SHOW
15-16 FÉVRIER 2012
PORTE DE VERSAILLES • PARIS
PAVILLON 4 • STAND B072



N&W Global Vending SAS
5, rue Georges Pompidou
Z.A. des Vingt Arpents
77990 Le Mesnil Amelot
Tél. 01 60 54 68 88

www.nwglobalvending.fr



Réinventé par les grands chefs, garni avec des ingrédients de qualité, cet en-cas du midi est devenu un plat à part entière outre-Atlantique. Il faut s'armer de patience pour goûter un burger de Shake Shack de Danny Meyer ou un sandwich Wichcraft de Tom Colicchio.

États-Unis : le culte du sandwich

Le sandwich vit son heure de gloire : aux États-Unis, plus de 300 millions sont consommés chaque jour selon le site www.chefs.com, soit près d'un par personne et par jour. **Tom Frank**, consultant spécialisé dans la restauration, est formel : *"C'est la nourriture réconfortante par excellence."*

Pour **Daniel Boulud**, chef français installé à New York, *"il restera toujours le symbole de la restauration rapide"*. Mais, sous l'impulsion des grands chefs, le sandwich gagne aujourd'hui ses lettres de noblesse. Le restaurateur **Danny Meyer** s'est attaqué au marché avec son enseigne Shake Shack. Son burger est mythique, de même que la file d'attente (une webcam rebaptisée 'Shackcam' permet de voir la longueur de la file à tout moment). Depuis le premier restaurant situé à Madison Square Garden, Danny Meyer en a ouvert sept autres à New York, cinq sur la côte Est et est désormais présent à Dubaï et Koweït City.

Le chef **Tom Colicchio** a aussi créé son concept haut de gamme : Wichcraft. Les sandwiches sont faits avec du pain de campagne, du porc du Berkshire, des tomates bio... Quant au chef triplement étoilé Daniel Boulud, il propose dans son Épicerie Boulud une sélection de douze sandwiches dont celui aux boulettes de viande ou encore le Maine Lobster Roll, une queue de homard du Maine dans du pain brioché avec du céleri... *"Les chefs ont élevé le sandwich au rang de prouesse culinaire"*, reconnaît Tom Frank.

BURGER À 5 000 DOLLARS

Le sandwich a-t-il pour autant sa place dans un établissement gastronomique ? La réponse est oui pour **Hubert Keller**. Dans son restaurant étoilé de Las Vegas, Fleur de Lys, il propose le

Le lobster roll (au homard du Maine) de l'Épicerie Boulud.



'Burger 5 000' : pain brioché à la truffe, bœuf de kobe surmonté d'une tranche de foie gras, truffe noire, et servi avec du Château Petrus. Le prix ? 5 000 \$ (environ 3 800 €).

Les États-Unis peuvent s'enorgueillir d'une richesse sans pareil en matière de sandwich : hamburger, BLT (bacon, laitue, tomate), clubs, hotdogs, autant d'objets de fierté nationale. Pourtant, *"le burger sera toujours le roi du sandwich"*, affirme **Tom Frank**. Son succès tient avant tout à la saveur 'umami', produite par la combinaison des ingrédients (protéine, ketchup, cornichons).

"C'est très scientifique. Une sensation due à la stimulation par l'acide glutamique des neurones et des papilles gustatives. C'est ce qui fait qu'on en a envie de façon quasi pulsionnelle." On trouve aussi des spécialités locales telles le 'Muffuleta' de la Nouvelle-Orléans, le 'Lobster Roll' de Boston (un hotdog au homard), le bagel de New York...

Protéiforme, le sandwich s'adapte à toutes les tendances. *"Il est logique que les sandwiches revisités reflètent les valeurs que les consommateurs chérissent : la production artisanale, le manger sain, les produits de saison, la célébration de saveurs régionales ou du monde"*, explique **Kimberly Egan**, p.-d.g. du Center for Culinary Development (CDD), un laboratoire de tendances qui compte de grandes chaînes parmi ses clients. Chaque goût y trouve son compte donc. Le sandwich a de beaux jours devant lui, pourvu qu'il ait le 'umami'. ■

LAURE GUILBAULT

5 TENDANCES

- **Les sandwiches ethniques** : le burrito, le pita avec falafel, le naan et surtout le banh mi, un sandwich vietnamien ;
- **Les burgers bio et sur mesure** : à Times Square, The Counter propose un grand choix de viande, d'accompagnements, de fromages, de sauces, de pain... Plus de 312 120 combinaisons sont possibles, assure son site internet ;
- **Le pain artisanal et les tartines** : trois jeunes Français ont converti les New-Yorkais aux tartines au pain Poilâne. Leur restaurant Tartinery, à Manhattan, ne désemplit pas ;
- **Le sandwich de petit déjeuner** : parmi les plus courants, le sandwich à l'omelette et au bacon ;



Un sandwich de petit déjeuner.

- **Le sandwich au fromage fondu** : un snack que les enfants américains mangent traditionnellement en rentrant de l'école. Le 'melt cheese sandwich' a donc une saveur d'antan. Et il fait son retour en force avec des enseignes telles que The Melt, The American Grilled Cheese Kitchen ou Cheeseboy.

■ SANDWICH AU FOIE GRAS, CHUTNEY DE MANGUE ET LÉGUMES MARINÉS - GUY MARTIN, MIYOU - PARIS

Ingrédients pour 1 personne

- 1 baguette nature
- 1 tranche de 60 g de foie gras cuit
- 1 tranche d'aubergine grillée
- 1 tranche de courgette grillée
- 10 g de laitue romaine
- 10 g de figues sèches
- 10 g d'abricots secs
- 10 g de dattes
- 1 cuillère à soupe de pesto au basilic
- Sel, poivre du moulin.

Progression

- Coupez la tranche de foie gras en quatre et poivrez-la légèrement. Coupez les fruits secs en cubes de 5 mm. Taillez la salade en bandes de 1 cm de large. Fendre en 2 la baguette.
- Tartinez le pain de pesto. Répartir les fruits secs, la salade, les tranches de légumes grillés et le foie gras.



Refermez et pressez légèrement.

Où le trouver ?

On peut le déguster à Miyou, au Bon Marché, rue de Sèvres, Paris VII^e et à Miyou Charles de Gaulle, terminal 2F.

Prix : 7.90 €

■ SANDWICH À LA TRUFFE FRAÎCHE - MICHEL ROSTANG, MICHEL ROSTANG - PARIS

Ingrédients pour 6 personnes

- 180 g de truffes fraîches (30 g par sandwich)
- 200 g de beurre demi-sel
- 12 tranches de pain de campagne au levain.

Progression

- Coupez les truffes en tranches de

2 ou 3 mm. Les disposer sur 6 tranches de pain. Refermer les sandwiches. Les envelopper de film alimentaire. Les garder au réfrigérateur pendant au moins deux jours. Les passer à la salamandre des deux côtés ou sous



le grill du four, mais surtout pas au grille-pain. Bien dorer. Les retourner plusieurs fois pour bien les colorer de chaque côté. Servir chaud avec une petite salade de roquette.

Où le trouver ?

On peut le déguster à la Grande Épicerie de Paris du Bon Marché, rue de Sèvres, Paris VII^e. À goûter jusque mi-mars 2012.

Prix : 65 €

www.boncolac.fr



APÉRITIFS SURGELÉS

Une offre large de plaques de pain Boncolac qui vous autorise les créations salées... et sucrées les plus inventives !

PÂTISSERIES SURGELÉES

Avec ses spécialités individuelles et ses tartes prédécoupées prêtes à servir, Boncolac s'adapte à vos attentes de vente à emporter !

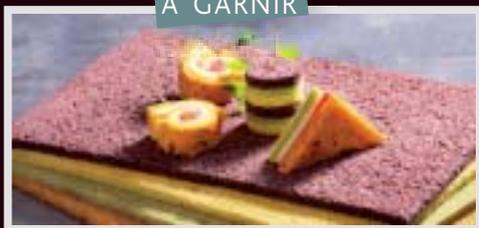
SANDWICH & SNACK stand F 079

SHOW

Venez découvrir et tester nos dernières nouveautés!

LES prêts À GARNIR

côté salé



Plaques de pain "Toutes en Couleurs"



Suggestion de présentation

- Des atouts gagnants :
- un format ultra large : 300 x 400 mm
 - un pain sans croûte
 - une décongélation possible à la plaque
 - une découpe facile

Pâtisseries

côté sucré



Mini-Parts Chocolat x16

Boncolac vous propose une gamme de « Minis » avec ses Canelés, Brownies et Mini-Parts, pour profiter de tous les instants gourmands !

18 cm - 16 Portions de 18g



Tarte Normande aux Pommes

- Découvrez une large gamme de tartes prédécoupées avec deux formats possibles pour répondre à tous vos besoins.
- 27 cm : variez les plaisirs avec des parts de tartes traditionnelles et inédites.
 - 21 cm : créez des offres « Duo Gourmand » !

Des passionnés à vos côtés



En 2011, le secteur de la restauration rapide a réalisé un chiffre d'affaires de 32,7 milliards d'euros, soit une croissance de 4,65 % par rapport à 2010 et plus de 66 % de croissance depuis 2004. Le directeur général de Gira conseil analyse les nouvelles tendances de ce marché.

PROPOS RECUEILLIS PAR HÉLÈNE BINET

Bernard Boutboul : "L'univers du snacking ne se résume pas à la malbouffe"

L'Hôtellerie Restauration :

Le secteur de la restauration rapide en France connaît une montée en gamme fulgurante avec l'arrivée des enseignes étrangères. Comment expliquez-vous ce changement ?

Bernard Boutboul : Entre 1979 - date de l'arrivée de McDonald's en France - et 2001, la France a connu une offre de restauration rapide qui se résumait au sandwich et au hamburger. Le pays était alors anti fast-food. À cette époque, certains experts pensaient que ce type de restauration n'aurait pas de succès dans l'Hexagone, en raison de notre attachement à la gastronomie. Ils réalisent aujourd'hui que l'univers du snacking ne se résume pas à la 'malbouffe'. En 2001, l'arrivée de l'enseigne Cojean a créé un double phénomène : d'abord la diversification des produits en restauration rapide - nous sommes passés de 2 produits, hamburger et sandwich, à 27, c'est plus qu'aux États-Unis ! - ; ensuite, la montée en gamme. À titre d'exemple, depuis 2004, les chefs étoilés **Paul Bocuse**, **Guy Martin** ou **Antoine Westermann** ont lancé leurs sandwicheries. Cette montée en gamme est observée de près par les étrangers car elle atteint des niveaux de qualité et de prix insoupçonnés. Le marché français est prêt et se diversifie. D'où l'arrivée récente de quelques enseignes étrangères.

Quels sont les produits leaders en restauration rapide ?

Le sandwich est toujours en tête. En 2011, on en a vendu 2,025 milliards, pour un chiffre d'affaires de 6,62 mil-



Bernard Boutboul, directeur du cabinet Gira Conseil.

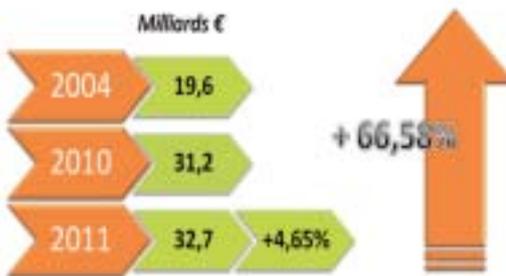
liards d'euros, soit une croissance de 0,8 % sur un an. Le prix moyen d'un sandwich est de 3,27 €, en hausse de 4,76 %. C'est colossal ! En 2009, les ventes de sandwiches avaient augmenté de 8,9 % par rapport à 2008, de 2,5 % en 2010. D'autres produits lui font concurrence : le hamburger redevient à la mode, préparé de nombreuses façons. Les pâtes connaissent une forte croissance : en 2011, 32 millions de box ont été vendues (70 % de parts de marché pour la vente au comptoir). Les enseignes Mezzo di Pasta ou Nooi connaissent un fort succès. On constate le retour du kebab qui, jusque-ici, avait une

image péjorative (manque d'hygiène, aliments trop gras, etc.). Maintenant, les restaurants sont modernes, propres, et les notions de diététique sont prises en compte. Je pense aux enseignes Our ou O'Kebab. Les produits tels les soupes, les tartines sont en train d'émerger. En revanche, le hot dog n'est pas tellement présent dans l'Hexagone.

Quelles sont les attentes des consommateurs aujourd'hui ?

Depuis trois ans, le consommateur cherche à faire des économies, notamment en raison de la crise. Côté produits, il souhaite avoir du choix, que son repas soit structuré, il est exigeant sur la qualité. Le temps de repas est passé de 1 h 38 à 31 minutes aujourd'hui ; contre 19 minutes aux États-Unis, où les habitudes alimentaires sont différentes : les Américains mangent debout et vite. Ce qui n'est pas le cas chez nous, les Français ont besoin de se poser. Je ne pense pas qu'on passe en dessous la barre des 31 minutes de temps de repas. ■

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA VENTE AU COMPTOIR DE 2007 À 2011



En 2011, le chiffre d'affaires du marché de la vente au comptoir s'est élevé à 32,7 milliards d'euros, soit une croissance de 4,65 % par rapport à 2010 et plus de 66 % de croissance depuis 2004 - année d'accélération de la montée en gamme et de la diversification.

Le directeur général de CHD Expert France revient sur le succès de ce produit typiquement italien.

Nicolas Nouchi : “Le marché de la pizza est porteur”

PROPOS RECUEILLIS PAR H. B.

L'Hôtellerie Restauration : On a l'impression que la pizza est un marché à part. Comment expliquer ce succès ?

Nicolas Nouchi : Le marché de la pizza en France est un marché porteur et durable. Il est porteur parce qu'il correspond aux attentes des consommateurs, à savoir peu de préparation, une consommation immédiate, etc. C'est également un marché solide car le produit présente peu de risques alimentaires, est régulier et génère peu d'insatisfaction de la part du client. La pizza fait aussi l'unanimité dans toutes les tranches d'âge. Côté exploitant, on peut être très créatif avec des pizzas facilement réalisables.

Comment se situe la pizza par rapport aux autres produits leaders de la restauration rapide ?

La pizza participe à la croissance de la restauration rapide. Le nombre de points de vente a augmenté. À ce jour, on en compte plus de 14 000 en France. Dorénavant, on trouve des pizzas dans les boulangeries-pâtisseries, ce qui était peu le cas auparavant. Son coût de revient très faible explique en partie son succès.

Quelle sont les attentes des consommateurs ?

En pizzeria, le client attend une certaine rapidité de service. Il souhaite par ailleurs déguster une pizza authentique, faite maison, au feu de bois par exemple. En restauration rapide, c'est différent. Il recherche une dimension plus industrialisée du produit. Dans les deux cas, il est très exigeant sur la montée en gamme.



Nicolas Nouchi,
directeur général
de CHD Expert
France.

Quel est le ticket moyen ?

En 2011, le ticket moyen hors boisson de la restauration à table à thème italien ou pizzeria est de 18 € en moyenne contre 16,10€ en 2010. De nombreuses épiceries ont été récemment ouvertes, ce qui pousse le marché vers le haut. On découvre de nouvelles pizzas (al taglio dernièrement), des produits typiquement italiens dans les restaurants (mozzarella, burrata). Il y a une vraie dynamique et un engouement certain pour le marché de la pizza. ■

Just One

Le système de serviettes **JustOne®**

maintenant en version mini !

Les distributeurs justOne® Mini ont un look attrayant spécialement étudié pour trouver facilement leur place sur le comptoir et les tables.

JustOne®, la combinaison d'un distributeur unique et de serviettes de qualité supérieure prêtes à l'usage vous garantit une distribution feuille à feuille, permettant de réduire le gaspillage, d'économiser du temps et de l'argent.



Le système de distribution JustOne® Mini :

- Facile à utiliser : distribution verticale, pour un accès facile à 360°.
- Efficace : maintenance facile, rechargement simple et rapide.
- Hygiénique : les utilisateurs ne touchent que la serviette qu'ils utilisent.
- Conscience environnementale : le système JustOne® réduit gaspillage.

Pour plus d'informations sur les systèmes JustOne®, merci de contacter notre service client au 02 32 25 60 60 ou de visiter notre site internet www.lotusprofessional.eu



Retrouvez-nous
au Sandwich & Snack
Show Stand B098



AMAND TRAITEUR DÉVOILE SA NOUVELLE COLLECTION PRINTEMPS-ÉTÉ 2012

Amand Traiteur présente sa nouvelle gamme de salades aux saveurs marines déclinées en 12 recettes modernes et gourmandes. Parmi les nouveautés, élaborées en partenariat avec **Michel Bruneau** (ancien chef de La Bourride à Caen, 2 étoiles *Michelin*), la Fantaisie d'écrevisses se distingue tout particulièrement grâce à sa recette légère et gourmande. Réalisée à partir d'écrevisses, de surimi, de mandarine, de légumes et de raisins secs, cette salade offre un large éventail de saveurs. Le petit plus : une sauce légère à base de crème, de jus de citron et de mandarine qui apporte une touche acidulée. Fabriquées à partir d'ingrédients de premier choix, ces généreuses salades aux saveurs originales apportent un souffle de fraîcheur aux buffets froids et aux entrées en répondant aux exigences des consommateurs en quête de qualité et de fraîcheur.

g.amand@amand-terroir.com

Stand C012

BRIDOR SE LANCE DANS LA VIENNOISERIE SALÉE

À l'occasion du salon Sandwich & Snack Show, Bridor lance une nouvelle gamme de délicieux roulés salés baptisée Swirl. Une première pour la marque qui met à profit tout son savoir-faire pour développer des recettes de snacks salés destinés à la vente à emporter. Trois recettes ont été déclinées sur la base d'une croustillante pâte à croissant qui fait le succès des viennoiseries. Le roulé moutarde-3 fromages : une béchamel délicatement moutardée, gratinée à l'emmental, au cheddar et à la mozzarella. Le roulé jambon-fromage : une sauce béchamel garnie de dés de jambon et gratinée à l'emmental. Le roulé Goût pizza : une délicate sauce tomate cuisinée avec de l'ail, de l'oignon et des champignons émincés pour retrouver toute la saveur d'une vraie pizza à l'italienne. L'originalité de ce nouveau snacking réside dans sa forme roulée, rappelant celle du pain aux raisins. Avec son format généreux de 120 g, la gamme Swirl de Bridor permet de varier l'offre restauration des coffee shops, boulangeries, points snacks, stations-service... en proposant une alternative aux traditionnels paninis, sandwiches baguette et tartes salées.

www.bridordefrance.com

Stand F015



DEUX NOUVEAUTÉS POUR LES FROMAGERIES OCCITANES

Les Fromageries Occitanes proposent deux fromages naturellement riches en calcium afin de pourvoir aux besoins nutritionnels journaliers, sur les recommandations du groupe d'étude des marchés restauration collective et nutrition. La Brousse, idéale pour enrichir naturellement en protéines et en calcium les préparations salées ou sucrées. Elle est parfaite pour donner de la texture aux préparations de plats tels que les quiches, les tartes et toute autre recette à base de fromage. Elle est conditionnée en pot de 900 g. Le Roquefort AOP, en portions individuelles, répond, lui, aux besoins des collectivités. Pratique, ce format respecte la forme traditionnelle de ce fromage de caractère et garantit la qualité du produit. Conditionné en 20 g ou 25 g.

www.les-fromageries-occitanes.fr

Stand H025



LES PALETS DE FROMAGES IQF DE RIANS RESTAURATION

Avec ces palets, plus de soucis de stock. Il suffit de poser le Prédoré directement sur le toast déjà grillé, de le mettre au micro-ondes 30 secondes et il en sort chaud et grillé. Il n'y a pas de perte ni de gaspillage, puisque la décongélation se fait en fonction du besoin du restaurateur. La gamme comprend : Cabécou (35 g) ; Spécial cuisson (15 ou 20 g) ; Mini-palet (7 g) ; Chevrac (25 g) ; Prédoré (20 g) ; Mini-bouchons ; Chevrillon (25 g) ; Dés de chèvre ; Billes de chèvre et roussin (30 g - lait de vache). À utiliser sur les pizzas, en salade ou en toast...

www.rians-restauration.com

Stand D025

DES ÉMINCÉS DE POULET BIO POUR GASTRONOME PROFESSIONNELS

Gastronome Professionnels lance les émincés de poulet bio, déjà rôtis et surgelés, prêts à assembler dans toutes les applications culinaires (salades ou sandwiches 'premium'). Issu de cuisses de poulets fermiers bio élevés en plein

air pendant 81 jours au minimum, ce produit permet de réaliser des menus naturellement bons. Grâce à son conditionnement adapté (en sachet de 1 kg IQF) et à sa facilité de remise en œuvre, cette aide culinaire offrira un

réel service pour les exploitants de sandwicheries et points chauds en quête de nouveauté, d'authenticité et de saveurs préservées.

www.gastronome.fr
Stand C071



LE DOUBLE CROQUE MICRO-ONDABLE DE SAPRESTI TRAITEUR

Sapresti Traiteur, plus connue par sous le nom Loste Grand Saloir

Restauration, rebondit sur le succès du premier Croque-monsieur micro-ondable lancé il y a un an, en proposant sa version XL : le Double Croque micro-ondable. La marque étoffe ainsi sa gamme de produits snacking micro-ondables et surfe sur la tendance des formats généreux, avec cette préparation de 210 g. Le Double Croque se réchauffe en 3 min au four à micro-ondes, directement dans son étui de cuisson et sans manipulation fastidieuse.

www.sapresti-traiteur.com

Stand E025



SEPT CHOIX DE FARINES POUR GRAND CHEF

AIT Ingrédients, spécialiste des ingrédients de panification, propose

une gamme complète de concentrés de saveurs composés d'ingrédients naturels sélectionnés pour leur qualité supérieure. Cette nouvelle gamme de farines Grand Chef aux saveurs authentiques et inédites est inspirée du meilleur des régions. Grand Chef propose 7 références : Ch'Nord, l'Atlantic, le Champignol, le Cœur de Gaude, l'Ancestral, l'Alpestre et le Franc-comtois. Le pain n'est plus un simple accompagnement mais un vrai ingrédient original, permettant d'animer la vitrine snacking en proposant des sandwiches tendances et des feuilletés croustillants idéaux pour les buffets et réceptions.

www.soufflet-group.com



Dans le cadre du concours "Le bœuf, les races à viande" destiné aux lycéens hôteliers, partons à la découverte d'un chef parrain 2012 et d'un ancien lauréat aujourd'hui devenu chef.

Olivier ARLOT • chef propriétaire "La Chancelière" à Montbazou (Tours), chef parrain 2012, région Centre.



Parcours : Jean-François Piège (Crillon), Alain Ducasse (Plaza Athénée), Michel del Burgo (Taillevent et la Bastide de Gordes) et Jean-François Rouquette (Park Hyatt).

Récompenses : Concours "Le bœuf, les races à viande" en 1999, "Grand de demain" en 2008 par Gault & Millau.

■ **Conseils aux jeunes :** "Faites plaisir aux gens, partagez avec eux". ■ **Philosophie culinaire :** la mise en avant de bons produits par un plat équilibré et une cuisine saine et légère. ■ **Race préférée :** Salers. ■ **Secrets :** il faut aussi savoir jouer la carte de l'originalité avec des produits peu communs

en restauration, comme la langue de bœuf ; c'est tout le travail d'un restaurant gastronomique. ■ **Morceaux de prédilection :** l'onglet, l'araignée ou le merlan, des morceaux qui ont beaucoup de goût et une texture très agréable. La viande doit être facile à mâcher, avec du goût et peu de gras.

François DUCHET • chef propriétaire "Un Air de Campagne" à Mont-de-Marsan (Landes), lauréat national 2000, région Limousin.



■ **Conseils aux jeunes :** "Participez à un concours qui, comme dans le métier de chef, demande de la rigueur à chaque instant, la volonté de transmettre une émotion, une envie de recherche et

de création".

■ **Source d'inspiration :** Michel Guérard.

■ **Force :** un excellent souvenir du concours "Le bœuf,

les races à viande", véritable tremplin dans sa carrière.

■ **Races préférées :** Limousine, Salers, Blonde d'Aquitaine.

■ **Philosophie culinaire :** chercher sans cesse, innover tout en respectant les goûts intrinsèques des produits. ■ **Plats de prédilection :** joue de bœuf en parmentier, pastilla de paleron et foie gras aux truffes.

Parcours : Jacques Chibois** (Grasse), Thierry Marx (Pauillac)
Récompense : "Jeune Talent Aquitaine" en 2009 par Gault & Millau.



LES SAUCES À LA CRÈME DEBIC

Debic propose une nouvelle gamme de sauces prêtes à l'emploi. Les maîtres mots sont praticité, saveur et qualité. Les Sauces Debic et le Gratin sont à présenter tels quels ou à agrémenter par le chef. La Sauce au poivre pour rehausser les viandes, rouges ou blanches, peut par exemple être agrémentée de quelques baies roses. La Sauce béarnaise accompagnera à merveille le canard et tous types de viandes rouges. Ajoutez quelques gouttes de cognac à la Sauce champignons à la crème pour obtenir une délicieuse sauce afin d'accompagner volailles, viandes rouges et poissons. La Sauce hollandaise est idéale pour sublimer finement les filets de poisson et les crustacés. Prêt à l'emploi avec la bonne saveur du 'fait maison', l'appareil pour Gratin donne une jolie couleur dorée et une texture onctueuse. Idéal pour réaliser toutes sortes de gratins traditionnels ou originaux... Les Sauces à la crème et l'appareil pour Gratin Debic sont présentés en poche aluminium de 1l. Ils se conservent réfrigérés (7 °C max.).
www.debic.fr



UN LIVRET DE 10 RECETTES POUR PRÉSIDENT PROFESSIONNEL

Même s'il est pris sur le pouce, le sandwich doit étonner dès la première bouchée. Président Professionnel présente son nouveau Livret de recettes destiné à enrichir les cartes de sandwiches. Une mise en avant de 10 recettes originales, riches en saveurs et réalisées à base de 3 fromages tranchés : la Tomme de brebis (nouveau 2011), l'Emmental Président Professionnel et la Mozzarella Galbani. Une déclinaison de sandwiches et panini préparés dans un esprit actuel : le Pyrénéen, le Campagnard, le Bressan, l'Andalucia, le Bayonnais, le Marin, le Prairie, le Fraîcheur, le Méditerranéen et enfin l'Ardéchois.
www.president-professionnel.fr

L'INDUCTION PROFESSIONNELLE AI

Sécurité, confort, précision, puissance, économie : la cuisson à induction réalise des performances exceptionnelles et permet une souplesse d'utilisation inégalable. Les appareils de la gamme induction Adventys, distribuée par Eberhardt Frères, s'inscrivent dans cette nouvelle génération d'appareils de cuisson qui répondent aux besoins du

NOUVEAU BLENDER DE CUISINE SANTOSAFE® N° 37 DE SANTOS



Le blender de cuisine Santosafe® n° 37 est équipé d'un nouveau moteur professionnel silencieux et de nouveaux couteaux résistants pouvant broyer rapidement les éléments les plus durs comme les glaçons ou la carcasse de homard. Grâce à son variateur de vitesse

(pouvant aller jusqu'à 15 000 tours/min), il crée un vortex puissant capable de mixer toutes sortes de préparations. Il est également doté d'une fonction 'pulse' (18 000 tours/min) pour un résultat optimal et d'un système de sécurité exclusif santosafe® : le moteur s'arrête à l'ouverture de la sécurité. Le nouveau blender de cuisine est fourni avec un bol transparent (sans bisphénol A) ou en acier inoxydable (2 ou 4 litres). De plus, le nouveau bouchon (Ø 46 mm) sur le couvercle est amovible pour ajouter, en toute sécurité, des ingrédients en cours d'utilisation. Le blender n° 37 est très facile à nettoyer : toutes les parties amovibles peuvent être mises au lave-vaisselle.

www.santos.fr
Stand F084



MOINS DE RISQUES DE GLISSEMENT, D'ACCIDENT ET D'ENTRETIEN !!

Soyez prévenant, mettez les parapluies mouillés de vos clients et vos entrées au sec, en 2 secondes seulement !!



Choisissez votre distributeur
Autonome, fonctionne sans électricité

- simple,
- personnalisable,
- haut de gamme selon vos besoins.



à partir de 89 € HT*

* Conditions sur www.innov-pratic.com

contact@innov-pratic.com
www.innov-pratic.com

Siret : 530 274 562 000 12 - TVA intracommunautaire : FR 30530274562

BEL FOODSERVICE LANCE LES COSSETTES ZIGZAG DE LEERDAMMER®



Les Cossettes ZIGZAG de Leerdammer sont une nouvelle génération de fromage pour salades. Elles sont moelleuses avec un goût fruité, parfaites pour apporter originalité et générosité aux salades composées. Cette nouveauté s'inscrit dans les tendances actuelles de consommation, un tiers des salades étant consommé en plat. Destinées aux chefs de la restauration commerciale et collective, les Cossettes ZIGZAG de Leerdammer sont une source d'inspiration qui les aidera à varier leurs recettes et à susciter la gourmandise.
www.belfoodservice.fr

E ADVENTYS

snacking et de tous les métiers de bouche. Carrosserie inox Aisi 304, commande par touches capacitives, souplesse d'utilisation, consommation électrique maîtrisée, puissance jusqu'à 6 000 W, montée en température rapide... Autant d'éléments qui sont nécessaires aux tendances actuelles de la restauration et notamment

au snacking. Plaques simple ou double foyer, wok et plancha à induction, la gamme Adventys, produite en France, est l'une des plus compétitives du marché.

Tél. : 03 88 65 71 71

info.commerce@eberhardt.fr

www.eberhardt-pro.fr

Stand G106/F106



Plaques de cuisson induction.

Wok à induction.

**LE 785 LITRES, NOUVEAU CAISSON POUR EBERSPÄCHER**

Eberspächer lance un nouveau caisson réfrigéré pour compléter sa gamme, le 785 litres. Ce modèle est conçu spécialement pour les véhicules

PSA : Peugeot Partner L2 et Citroën Berlingo L2. Il est également adaptable dans les gammes Expert, Jumpy, Vito, Jumper, Trafic, Ducato, Master, Boxer, Sprinter... L'alimentation multitenion permet au caisson de fonctionner moteur tournant ou à l'arrêt sur batterie en 12 V et 24 V. Elle permet

aussi son fonctionnement sur secteur en 230 V. La température de Frigoflex, réglée par électronique, peut être programmée de 0 °C jusqu'à 25 °C en fonction des besoins. Ce nouveau caisson frigorifique F0785/NDN possède un rideau à lamelles pour conserver le froid lors des ouvertures des portes. En option, un affichage des températures peut-être installé dans l'habitacle. Eberspächer garantit ses caissons Frigoflex pendant 2 ans pièces et main-d'œuvre.

Tél. : 01 30 68 54 76

frigoflex@eberspaecher.com

www.frigoflex.com

Stand B002

bipeurs
serveurs

bipeurs
hotels

la **qualité** au service des
professionnels depuis **20** ans

JTECH FRANCE
LA BONNE VIBRATION

info@jtech.fr
www.jtech.fr

01 75 00 09 00

FIBROLAB®

Fourniture et pose dans toute la France

**La Solution
pour la Mise
aux Normes
de Votre Cuisine**



Exemples de réalisations

- Habillage mural, création de cloison
- Panneaux 1200 x 2800
- Dalles plafonds 60 x 60
- Imputrescible

- Résistant aux chocs
- Résistant aux rayures
- Résistant aux attaques chimiques
- Conforme aux normes en vigueur

Pensez dès maintenant à vos projets

Informations et documentation gratuite sur simple appel au :
0 320 489 751
E-mail : contact@fibrolab.fr

Salon du Sandwich / Équipem



SNACKING AU CARRÉ POUR SOLIA

Un nouvel écrin pour Solia, élégant et pratique, à utiliser pour des occasions moins formelles et des déjeuners plus légers. Solia a imaginé un

coffret rectangulaire à poignée, en carton et doté d'un calage à empreintes pouvant contenir une déclinaison de 3 Cub' de formats différents, pour accueillir un plat, un dessert et une sauce. Les formes sobres et design de ces contenants s'inscrivent parfaitement dans l'esprit 'Cantine chic'. Trois fenêtres sur le coffret en carton, permettent d'entrevoir les préparations pour une offre de repas tout en transparence. Pratique et compact, l'écrin peut être personnalisé aux nom et couleurs de l'enseigne, pour une commande minimale de 5 000 pièces.

www.solia.fr

Stand E005



**Spécialiste en
Hôtellerie Restauration
depuis plus de 15 ans**

Audit • Conseil • Formation • Accompagnement
à l'ouverture et Assistance à l'exploitation

Tel. : +33 (0)4 93 64 01 26

www.actifh.com



Découvrez prochainement ...
Le catalogue 2012

8000 références !

**cuisine arts de la table mobilier
hygiène entretien textile**

Nos produits deviennent vos projets !

Toute l'actualité et les promotions sur
la nouvelle édition du site :

www.ecotel.fr

ecotel@ecotel.fr

Tél. : 01 69 02 57 70



DSO 2002 POUR ÉLIMINER RADICALEMENT LES ODEURS DE CUISINE



DSO 2002 est un destructeur d'odeurs de cuisine permettant de répondre efficacement aux soucis d'hygiène des établissements. Ce procédé original et novateur permet un traitement à la source par micronisation

d'un bio-destructeur olfactif dans la hotte et dans les conduits d'extraction des cuisines professionnelles. DSO 2002 élimine instantanément et définitivement toutes les odeurs de cuisson. Le principe actif naturel détruit totalement les molécules malodorantes et ne se contente pas de les masquer. Le diffuseur du principe actif se présente sous la forme d'un coffret inox, conforme aux normes HACCP, prêt à installer par un technicien cuisiniste agréé. La mise en route du dispositif est asservie à la hotte d'extraction d'air. Le diffuseur produit alors un brouillard sec très fin qui agit sur les molécules olfactives et les détruit. L'efficacité de DSO 2002 est certifiée et peut être prouvée directement sur le site d'installation par des prélèvements qui seront analysés par chromatographie en phase gazeuse. Cette expertise technique et scientifique est opposable aux tiers et aux administrations.

Tél. : 04 93 20 38 27

mail@dso2002.com

www.dso2002.com



**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



SANITYS, POUR AVOIR DES MAINS TOUJOURS PROPRES

Juste une pression sur le dispositif et Sanitys pulvérise une solution antiseptique sur les mains. Il suffit de se frotter les mains quelques secondes et celles-ci sont désinfectées et séchées instantanément. Cette solution hydro alcoolique laisse sur les mains une sensation agréable et non collante. Elle répond aux normes européennes EN 1275, Pr EN 12054, EN 1500 sur le traitement hygiénique des mains. Elle a une action bactéricide, fongicide et virucide. Elle peut être utilisée de façon fréquente et n'induit

aucune incompatibilité avec l'usage d'autres antiseptiques ou savons. Sanitys se fixe de manière autonome en quelques secondes sur toute paroi lisse à l'aide d'un adhésif fourni.

info-chr@sanitys.com
www.sanitys.com
Tél. : 06 20 02 35 48

COULEURS ACIDULÉES POUR LES GOBELETS EN CARTON VEGA



VEGA propose dans son catalogue général 2012 (parution en mars) de nouveaux produits pour la vente à emporter conçus par ses designers et reconnaissables grâce à leur label 'Exclusivité VEGA'. En témoigne la gamme de gobelets Take away en carton épais, déclinée dans des couleurs acidulées. Munis d'une inscription 'Coffee makes my day' (en orange et noir) ou 'Coffee' pour les autres couleurs, ils sont disponibles en 20 et 30 cl et peuvent être assortis d'une bague pour offrir une protection supplémentaire contre la chaleur lors de la prise en main du gobelet. Il est également possible d'y indiquer le type de boisson servi. Les gobelets Take away sont compatibles avec les couvercles en plastique munis d'un bec insulaire permettant de boire à même le couvercle sans risquer de renverser le contenu.

Tél. : 0821 23 03 23
service@vega-fr.com
www.vega-fr.com



LE LOGICIEL ORCHESTRA SNACKING-RESTAURATION RAPIDE, À LA PORTÉE DE TOUS

En mode tactile ou non, le logiciel Orchestra Snacking-Restauration

rapide est doté d'une interface simple et intuitive, donc très rapide à prendre en main. Le PC devient une caisse-enregistreuse puissante, évolutive et accessible aux personnes, même non formées à l'informatique. Ses fonctions : gestion des commandes (clavier caisse personnalisable, saisie rapide des commandes, assortiments...), encaissement (aperçu du ticket en mode plein écran, séparation de factures...), suivi de gestion (clôtures X et Z, historique H...), gestion des produits (import-export, classement par familles...), gestion détaillée des clients, achats et fournisseurs (devis client et facturation en fin de période...), gestion du personnel et des utilisateurs (planning, droit d'accès...).

www.orchestra-software.com

FRIGOFLEX, LE FROID MOBILE ! ❄️

Transformez votre véhicule en utilitaire réfrigéré

Promotion sur salon Sandwich & Snack Show 2012

TVA OFFERTE*

— *Pour toute commande validée sur le stand B002 —

Eberspächer S.A.S.
 3, rue Blaise Pascal
 ZAC La clé Saint Pierre
 78996 Elancourt Cedex

Tél : +33 (0)1 30 68 54 76
 Fax : +33 (0)1 30 68 54 55
 Frigoflex@eberspaecher.com
 www.eberspaecher.fr
 www.frigoflex.com

Eberspächer

Hôtellerie

Colmiane (06) Cet écolodge montagnard se place au plus proche d'une nature qui n'hésite pas à envahir les intérieurs.

Le Green : une touche d'audace dans les alpages



Tout est prétexte à recyclage. Les caisses de vin servent d'étagères.

Kavous Dejbakhsh et Evia Dalbina, propriétaires du Green, avaient déjà fait parler d'eux il y a trois ans avec un premier écolodge, le Moonlight à Saint-Martin-Vésubie (06). *“Amoureux du site, nous voulions partager notre goût pour les choses simples et naturelles avec ceux qui recherchent une escapade authentique et un vrai instant de bien-être, explique Evia Dalbina. Le Green est aujourd'hui la continuité logique de notre démarche. Nous avons créé ce que nous aurions voulu trouver pour nous : un lieu où manger sain avec des produits frais et bio de petits producteurs locaux, et des chambres familiales dans un*



Les matériaux naturels habitent les chambres.



Evia Dalbina : *“Nous voulions partager notre goût pour les choses simples et naturelles”.*

environnement de nature et de paix.”

Le Green ne se contente pas de s'épanouir en pleine nature, il l'invite aussi chez lui. Arbres, branchages, matériaux naturels bruts destinés au rebut font partie du décor, au restaurant comme dans les chambres. On est loin ici du cliché du chalet de montagne. Designer à ses heures, Evia Dalbina veut montrer qu'on *“peut apprécier*

les choses et les matériaux autrement”.

Le restaurant, avec vue panoramique, déploie une grande salle autour du bar central. Le bois domine, les tables communes côtoient des tables pour deux à côté de la grande cheminée. En cuisine, une jeune équipe se partage les fourneaux et les menus changent tous les jours (formules à partir de 19 €).

ANNE SALLÉ

Le Green • Route du Télésiège • 06420 Colmiane • Tél. : 04 93 03 00 00 • www.greenecolodge.com



Les Monthairons (55) Jean-Marie Thouvenin, le patron du château investit 4 M€ dans l'extension de son établissement. Près de 1 500 m² de nouveaux espaces sont programmés.

Les Monthairons voient grand



Lorsque les travaux seront achevés, le Château des Monthairons verra sa capacité d'accueil passer à 40 chambres.

Pour réussir dans ce métier, il faut en permanence innover. C'est ce que je me suis toujours attaché à faire", souligne

Jean-Marie Thouvenin, le patron du Château des Monthairons, situé dans la commune du même nom, au cœur d'un parc somptueux bordé par les eaux de la Meuse. Un précepte que le dirigeant applique aujourd'hui encore, à 75 ans. La preuve : le château - qui abrite un hôtel 4 étoiles de 25 chambres et un restaurant gastronomique que Jean-Marie Thouvenin gère en famille depuis qu'il l'a racheté en 1985 - va bénéficier d'un important programme d'extension. "Et cela sans toucher à la bâtisse qui date du XVIII^e siècle. L'ambition est de créer de nouveaux bâtiments, d'une surface totale d'environ 1 500 m², qui accueilleront des salles de séminaires, une nouvelle cuisine, un nouveau restaurant, seize chambres d'une trentaine de mètres carrés, ainsi qu'une piscine et un espace bien-être. L'endroit va prendre une tout autre dimension. C'est une façade de verre, longue de 120 m² qui sera visible depuis le parc", précise-t-il. Seront investis dans cette opération 4 M€. Les travaux débuteront dans le courant du second semestre 2012 pour une durée d'environ un an. "Laps de temps durant

lequel l'établissement restera ouvert", ajoute Jean-Marie Thouvenin.

AUX PORTES DE PARIS

Le Château des Monthairons affiche pour l'heure un taux d'occupation annuel moyen de 65 % et travaille déjà beaucoup avec une clientèle fidèle, étrangère mais également lorraine et parisienne. Mais pour séduire et attirer de nouveaux clients, des initiatives sont lancées. "Nous avons la chance d'être situés à quelques minutes de la gare Meuse TGV - avec Paris à moins d'une heure. Nous devons davantage en profiter. Avec une quarantaine d'hôteliers de la région, nous lançons notre propre formule de coffrets cadeaux comprenant une nuitée, un dîner gastronomique et les petits déjeuners. Intitulée Le Coffret du bonheur, cette offre sera disponible sur internet sur le site www.coffretdubonheur.fr à compter du mois de mars prochain", annonce Jean-Marie Thouvenin. Il confie plancher également sur une offre de week-ends thématiques destinés à surprendre les 'urbains'.

JEAN FABIAN

Château des Monthairons • 26 route de Verdun
• 55320 Les Monthairons • Tél. : 03 29 87 78 55 •
www.chateaudesmonthairons.fr

Recréez l'ambiance
des spas
dans votre
salle de bain



tren

est la marque
distributeur
des enseignes

Chomette Favor
www.chomette.com

ecotel
www.ecotel.fr

Chomette Direct
L'allié essentiel des CHR
www.chomette-direct.com

Nommée en mars dernier directrice du Bristol, et également chargée des ouvertures des hôtels chez Oetker Collection, Leah Marshall devient le numéro 2 du seul palace parisien détenu par une famille, de surcroît européenne. Canadienne, mais française d'adoption, elle forme avec Didier Le Calvez, président et directeur général du Bristol, un duo tout à fait complémentaire.

L'énergie à toute épreuve de Leah Marshall

Leah Marshall n'est pas née hôtelière, elle l'est devenue, un peu par hasard et beaucoup par passion. Une passion qui débute à 15 ans, auprès d'une belle-sœur assistante de direction d'un hôtel au Canada. Mais c'est sa rencontre avec **Didier Le Calvez** qui va déterminer la deuxième partie de sa carrière. Tous deux se croisent en 1978, alors qu'ils sont cadres dirigeants du groupe Westin, un réseau de 60 hôtels de luxe répartis dans 22 pays, qui a depuis été racheté par Starwood. Ils apprennent à se connaître, à s'apprécier et quand Didier Le Calvez est nommé directeur général du George V à Paris en 1999, c'est à Leah Marshall qu'il pense pour l'accompagner. Elle travaille alors à Disneyland Paris depuis 1990, notamment en tant que directrice générale du centre de divertissement, de 1992 à 1996. *"J'avais sous mes ordres pas moins de 1 000 employés, une vraie multinationale et une sacrée expérience"*, se souvient-elle. Sa trajectoire professionnelle va alors suivre celle de Didier Le Calvez qu'elle retrouve au Shangri-La. Elle y occupe le poste de directrice, qu'elle conserve pendant quatre ans, puis, toujours avec Didier Le Calvez à ses côtés, elle devient en mars 2011 directrice du Bristol.

"OBTENIR LE MEILLEUR DE CHAQUE PERSONNE"

Si le poste de directrice du Bristol pèse de tous les enjeux liés à une fonction hautement stratégique, il représente aussi pour Leah Marshall un vrai



"J'occupe depuis quarante ans des postes à responsabilité," rappelle Leah Marshall.

bonheur : "J'occupe depuis quarante ans des postes à responsabilité," rappelle-t-elle.

J'ai pris mon premier poste de directrice générale en 1982, avec un hôtel de 315 chambres qui comprenait également un terrain de golf et 17 courts de tennis... Mais c'est la première fois que je rencontre des propriétaires aussi engagés à nos côtés." En termes de management, elle met en avant des idées force. "Je suis chargée d'assurer une qualité constante à tous les niveaux", affirme-t-elle. Et pour mener à bien cette tâche, elle favorise avant tout le dialogue. "Il faut être au plus près des équipes, les écouter, les comprendre, les soutenir et leur redonner confiance quand il le faut afin d'obtenir le meilleur de chaque personne." La mise en œuvre de ses directives est assurée par ses chefs de service.

Mais sa mission ne s'arrête pas là.

Son énergie à toute épreuve lui a valu d'hériter de la délicate mission d'ouvrir les nouveaux hôtels 'bijoux', managés par la Oetker Collection. Elle est l'un des maillons essentiels de cette entité basée à Baden-Baden, en Allemagne, sous les ordres de **Frank Marrenbach**, directeur général d'Oetker Collection. *"J'ai participé au recrutement du directeur général du Palais Namaskar, à Marrakech. Frédéric Picard dirigera donc ce nouvel hôtel dont l'ouverture est prévue en avril, et ensemble, nous commençons à mettre en place les équipes opérationnelles."*

AU BRISTOL, UNE ÉQUIPE DE DIRECTION TRÈS FÉMININE

Enfin, la nouvelle directrice - *"en charge de l'exploitation"*, précise-t-elle - est au cœur des décisions stratégiques au Bristol. En tant que membre du comité de direction de l'hôtel, elle participe à toutes les grandes décisions avec Didier Le Calvez. Après le nouveau spa, les nouvelles suites et le restaurant triplement étoilé en 2011, place à la création d'un bar, même si, en toute modestie, elle souligne que ces décisions sont le fruit d'un travail d'équipe. En revanche, elle aime mettre en lumière auprès de ses interlocuteurs la place qu'occupent les femmes au sein du comité de direction du Bristol. *"Nous sommes quatre femmes pour trois hommes"*, dit-elle. Preuve que dans l'hôtellerie, les femmes aussi peuvent accéder aux postes de direction les plus élevés. ■

ÉVELYNE DE BAST

Smart



PLONGEZ AU CŒUR DU DIVERTISSEMENT



NOUVELLE HOSPITALITY TV 3D

Découvrez la nouvelle génération de télévisions connectées qui associe le meilleur de la technologie et le design dernier cri. Élégants et raffinés, ces écrans intelligents s'intègrent dans tous les environnements et exploitent pleinement les fonctionnalités avancées de la Smart TV pour une expérience télévisuelle exceptionnelle. Applications variées et accès simplifié aux réseaux sociaux sont autant de possibilités qui procurent à vos clients une richesse de contenu unique. Bienvenue dans le monde du divertissement illimité !

www.samsung.com/fr/hospitality

Smart = Intelligent.

© 2011 - Samsung Electronics France, SAS au capital de 27 000 000 € - RCS Bobigny 334 367 497

270 Ave du Président Wilson-93458 La Plaine Saint Denis Cedex. © Crédit photo : Samsung-Visuels non contractuels-Images d'écran simulées.

SAMSUNG

États-Unis Les hôteliers conçoivent de nouveaux espaces pour satisfaire les besoins de la clientèle d'affaires et transforment leurs rez-de-chaussée, souvent inutilisés, en lieux multifonctionnels.

Lobbies d'hôtels : les business centers réinventés



À gauche : Le Link@Sheraton, lobby-lounge muni d'ordinateurs.

À droite : Courtyard by Marriott innove avec des cabines semi-privatives.

Exit la salle sans fenêtre avec un vieil ordinateur et une imprimante. La clientèle d'affaires préfère désormais travailler dans le lobby plutôt que d'être isolée, selon une étude menée par Holiday Inn auprès de ses clients. La marque du groupe InterContinental a donc pris ses dispositions : elle a supprimé les business centers et a créé à la place 'The Hub'. Lancé en février 2011, le concept combine espace affaires (avec wifi, prises électriques, imprimantes sans fil...), lounge, bibliothèque, bar... et même console de jeu Wii. À l'origine destinées à la clientèle loisirs, la marque a en effet découvert que c'était la clientèle affaires qui était la plus joueuse. Courtyard by Marriott n'est pas en reste. La marque a redessiné ses lobbies avec des cabines semi-privatives et une technologie de pointe. La moitié des établissements de l'enseigne ont adopté ce nouveau concept. Sheraton (dans le giron de Starwood) a introduit Link@ Sheraton, un lobby-lounge avec des ordinateurs.

La chaîne Meridien a quant à elle innové avec des lobbies inspirés par le thème des grands parcs nationaux proposant de grandes tables communes de travail.



Des tables communes au Meridien pour travailler.

"Les hôteliers doivent prendre en compte la manière très mobile dont les gens travaillent de nos jours : tout le monde a un ordinateur portable et préfère travailler entouré de monde", explique **Stephani Robson**, conférencière à la Cornell School of Hotel Administration. *"Proposer un espace central, avec un excellent réseau wifi, une imprimante de qualité, des fauteuils confortables, du très bon café et du très bon vin à volonté. C'est un service important, surtout dans les hôtels de congrès."*

HAPPY HOUR

Les nouveaux lobbies plaisent. À New York, graphistes et écrivains indépendants convergent au Ace

Hotel. Confortablement assis dans de profonds fauteuils, ils ont fait du lobby leur bureau et leur QG, dans lequel ils se retrouvent. Certains clients peuvent trouver cela problématique. *"N'importe qui a accès au lobby",* déplore **Alain Handy**, un new-yorkais qui *"vit dans les hôtels"*.

"Et recevoir dans sa chambre est toujours délicat, confie-t-il."

Il a trouvé la parade : lorsqu'il descend au Hilton, il reçoit à l'executive lounge'. Là, ses rendez-vous s'enchaînent et il offre à ses interlocuteurs une collation ou un verre de vin en libre-service. Il se réjouit d'avoir fait de nouvelles rencontres, d'autres clients de l'hôtel. *"Il faut mélanger travail et plaisir."* Les hôteliers se réjouissent quant à eux des opportunités. Au Holiday Inn Gwinnett Center à Duluth en Georgie, où l'entreprise a introduit le Hub, les recettes de la restauration ont grimpé de 20 % et celles des boissons de 50 %, selon **Verchele Wiggins**, vice-présidente pour la marque Holiday Inn. *"Les franchisés réclament tous le Hub",* assure-t-elle. ■

LAURE GUILBAULT

Belo Horizonte (Brésil) L'enseigne créée par le groupe Sleep Hotels se lance au Portugal, au Brésil et en Angola. Son concept ? Appliquer une stratégie 'pop-chic' à l'hôtellerie, comme l'a fait la marque Zara pour les vêtements : une offre stylée à des prix accessibles.

Twist Inn, l'hôtellerie design à prix compétitifs

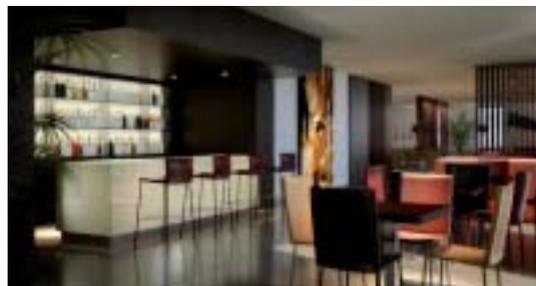
L'univers de l'hôtellerie ne cesse d'évoluer, constate **Carlos Rosales**, à la tête du groupe portugais Sleep Hotels. Alors que "la démocratisation des voyages s'accompagne d'une offre hôtelière croissante à prix compétitifs", les clients, de plus en plus exigeants, recherchent des "établissements de caractère qui savent se différencier". Cet ancien du groupe Marriott connaît bien son sujet. Pour créer sa marque d'hôtels, il a étudié de près les exemples des compagnies aériennes low cost ou d'entreprises comme Swatch et Zara. Il a passé à la loupe toutes les étapes de son projet pour réduire les coûts au maximum. Son créneau ? Une offre stylée mais à des prix accessibles.

Pour l'architecte et décoratrice espagnole en charge du projet, **Pilar Paiva de Sousa**, il s'agit d'offrir une "expérience vraiment unique et pas seulement un lieu pour dormir". L'hôtel a beau être très abordable (à partir de 50 € la nuit), pas question de

transiger sur le design. Bois sombres et lumières tamisées pour un lobby à l'ambiance raffinée, décor minimaliste et élégant dans les chambres : un cocktail qui doit permettre à la chaîne de se différencier des hôtels à bas prix, souvent associés à du mobilier standardisé et sans âme. Pour les objets de décoration et les grands panneaux photographiques, Twist Inn fera appel aux designers et artistes du cru. Une couleur locale que Carlos Rosales estime "fondamentale" pour forger l'identité de ses établissements.

ENCORE "BEAUCOUP DE TRAVAIL"

Pour développer ces hôtels qui compteront entre 50 et 300 chambres, le groupe Sleep Hotels a choisi trois destinations prioritaires : le Portugal, l'Angola et le Brésil. "Nous souhaitons nous concentrer sur les marchés qui se révèlent être en manque de produits diversifiés dans l'hôtellerie", glisse Carlos Rosales. C'est pourquoi Twist



Les hôtels Twist Inn misent sur un design épuré...

... tout en conservant des détails 'couleur locale'.



Inn ne s'attaquera pas à des géants comme São Paulo et Rio de Janeiro, mais plutôt à des villes comme Belo Horizonte (État de Minas Gerais) et Camaçari (Bahia). "Il y a beaucoup de travail à faire dès lors que l'hôtellerie brésilienne, en général, offre encore

un service dont la qualité est inférieure à celle qu'un pays de cette taille mérite", juge Pilar Paiva de Sousa. Sept projets sont déjà en cours, et le Brésil devrait compter à lui seul douze hôtels à l'horizon 2016. ■ **VIOLAINE BRISSART**

Retrouvez sur www.lhotellerie-restauration.com :

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



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

SALON PROFESSIONNEL

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

Yaoundé (Cameroun) Le tourisme y étant encore peu développé, le pays peut sembler un Eldorado pour des Français entrepreneurs. Mais seule une bonne connaissance du fonctionnement local permet de composer avec les nombreuses complications.

Au Cameroun, “il faut savoir tout faire”



Le Domaine de Petpenoun offre 28 chambres au cœur de la brousse.

LE DOMAINE DU PETPENOUN, au cœur de la brousse

Difficile de ne pas penser au film *Out of Africa* devant la beauté du Domaine du Petpenoun : 70 hectares en pleine brousse, dans l'ouest du Cameroun. Les boukarous (huttes traditionnelles) dans lesquels ont été aménagées les 28 chambres s'intègrent parfaitement dans le paysage. Ce petit coin de paradis, **Vincent Vachet** le connaît bien, puisque c'est le terrain de jeu de son enfance. Depuis deux générations, sa famille gère une savonnerie industrielle à Bafoussam. C'est son père qui



Pour **Vincent Vachet**, de la passion... et une solide motivation.

a eu le coup de cœur pour cet endroit et l'a acquis en 1995 pour y faire construire un golf de neuf trous. Vincent est arrivé de France l'année dernière après avoir “exercé tous les métiers”, et avec l'envie de développer le potentiel touristique du domaine. “À l'origine, il y a un rêve, une passion”, témoigne-t-il. Et une solide motivation. Ainsi l'acquisition du terrain n'a pas été chose facile. “*Tout se négocie avec les chefs de village. Au-delà des titres fonciers, il y a un usage traditionnel du terrain et donc un travail à faire avec les gens qui cultivent ici ou font paître leurs troupeaux.*” Bref, comme il le résume lui-même, “*on achète deux fois*”. La patience est indispensable. “*Tout se passe avec le temps en*

Afrique. Sauf si vous êtes une multinationale et que vous arrivez avec des millions et votre personnel”, explique le jeune homme, qui met aussi en avant une solide polyvalence. “*En Europe, il faut être spécialiste. Ici, en brousse, il faut savoir tout faire : on produit notre électricité, on a un charpentier, un soudeur, une couturière...*”

Si le potentiel de l'établissement est réel, il est encore sous-exploité : le taux d'occupation n'est que de 15 % en moyenne. “*Nous travaillons avec les expatriés, les diplomates et les ministres. Il nous faut à présent séduire la classe moyenne camerounaise*”, analyse-t-il tout en envisageant de développer la communication vers les tour-opérateurs français, encore frileux sur la destination. “*Mon métier, c'est de vendre l'Afrique*”, note-t-il. Mais travailler au Cameroun est surtout un choix de vie. “*Y ouvrir un hôtel sans connaître le pays, c'est de la folie. Moi, j'ai appris à l'aimer...*” ■

LE PHARE DE KRIBI, sur le littoral



Le Phare de Kribi accueille principalement une clientèle d'expatriés.

C'est ce que l'on appelle un hôtel les pieds dans l'eau. Le Phare de Kribi s'étire au bord de l'Atlantique, sur une plage tranquille. **Lionel Lacroux** a repris en 2006 l'établissement créé par une Camerounaise. Paysagiste de formation, il



Pour **Lionel** et **Virginie Lacroux**, l'Afrique est aussi un choix de vie.

a été marqué par une enfance d'expatrié. Après avoir travaillé dans la production de fruits et légumes en Côte d'Ivoire, en Mauritanie et au Sénégal, il a rejoint son père, planteur d'ananas et de bananes, au Cameroun. Père et fils ont porté le projet de la création d'un golf dix-huit trous, modelé dans la forêt par Lionel et inauguré en 2005. Avec son épouse **Virginie**, il a fait du Phare de Kribi un établissement de charme, avec trente-six chambres et une suite, le seul de la ville à bénéficier d'une piscine ou d'un club de plongée. Il reçoit principalement une clientèle de week-end, à 60 % européenne, surtout des expatriés. Lionel Lacroux a appris à composer avec les vicissitudes locales. *"Il faut savoir donner des réponses au client. Lui expliquer par exemple les coupures d'eau..."* Son épouse pointe, elle, l'organisation et la formation du personnel. *"Nous avons 10 à 15 % d'absentéisme. Et il faut renouveler le linge et la vaisselle chaque année"*, déplore-t-elle. La famille (le couple a trois enfants) vit sur place. Un atout pour Lionel Lacroux. *"C'est primordial de maintenir un équilibre familial. J'ai de la chance parce que mon épouse fait l'école à la maison. Mais vivre ici, cela veut aussi dire pas de journaux, pas de médecin..."* Recommanderait-il l'expérience à un compatriote ? La réponse est sans appel : *"Sans expérience, il se ferait bouffer. À lui les contrats foireux avec des gens foireux."*

■ **MARIE-LAURE FRÉCHET**

www.domainepetpenou.com
pharedekribi@yahoo.fr

Retrouvez sur www.lhotellerie-restauration.com :
- d'autres conseils et reportages sur le Cameroun : cliquer sur 'Conseils et reportages par pays'
- les annonces d'emploi à l'international : cliquer sur 'Candidats à l'international'

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

350 formations

éligibles au DIF

+ de 90 formations réglementaires

www.laformationcontinue.pro

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

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

► N° indigo 0826 46 14 14

0,15 € TTC / MN



Certaines formations sont financées par l'Union Européenne. L'Europe s'engage en France avec le Fonds Social Européen



C'est un réseau discret, avec sept hôtels réunis sous le même label et situés dans les lieux les plus magiques de la capitale. Tous ont en commun un passé historique ou artistique très riche et cultivent 'l'esprit des lieux'. Poussé par la concurrence, le réseau rénove un à un ses hôtels.

Esprit de France, discrètement privé

Pour **Christophe Paluel-Marmont**, propriétaire des hôtels Esprit de France depuis 1980, acheter des établissements est une activité commerciale avant d'être un investissement immobilier, même si tous sont situés dans des lieux d'exception : place Vendôme, jardin des Tuileries, place du Louvre, rue des Saints-Pères, musée d'Orsay, rue Saint-Séverin... Pour financer les hôtels, l'entreprise familiale s'est appuyée sur la société Lebon, une SAS qui se divise en deux activités distinctes : une société de capital-investissement et une activité hôtelière baptisée Esprit de France. À ce jour, l'entreprise possède la moitié des murs des sept hôtels du réseau et tous les fonds de commerce, qu'elle gère également. En 2010, elle a réalisé un résultat net consolidé de 10,6 M€ dont 20 % proviennent de son activité hôtellerie.

En réalisant ces investissements sur Paris, Christophe Paluel-Marmont a surtout voulu valoriser un patrimoine existant : *"Nous achetons des biens qui ont du potentiel. Car ce que nous aimons par-dessus tout, c'est adapter le produit, le rénover, retrouver l'atmosphère d'antan, et enfin le gérer pour en faire un établissement rentable."* Si une grande partie de travaux a été faite lors des achats d'hôtels, les réglementations récentes



Hôtel Brighton, face au jardin des Tuileries.

obligent le propriétaire d'Esprit de France à entreprendre de nouvelles rénovations. *"Cela fait partie des exercices obligatoires"*, concède-t-il. Certains de ces travaux, comme ceux de l'hôtel Mansart sur la place Vendôme, seront confiés à **Cybèle Paluel-Marmont**, décoratrice, et la plupart des objets de décoration seront chinés chez les antiquaires. Ainsi, même rénovés, ces hôtels ne perdent rien de leur âme *"Nous voulions*



Une chambre de l'Hôtel Mansart, place Vendôme.

à tout prix conserver l'esprit des lieux, sachant que ces hôtels sont tous différents", déclare le propriétaire.

METTRE LES BRIC DANS LES MURS

Situés chacun à proximité d'un grand musée, les bâtiments sont des demeures historiques. L'Hôtel Mansart, dont les façades du XVII^e siècle donnent sur la place Vendôme, a été la demeure du bijoutier de l'impératrice Eugénie. On y retrouve le portrait de l'impératrice, mais aussi des croquis de bijoux chinés dans des brocantes. Esprit de France, à force de cultiver sa confidentialité, peine à se faire connaître des marchés étrangers. *"Tous les conservateurs de musées nous connaissent, mais ce sont les clients étrangers et surtout ceux des Bric [Brésil, Russie, Inde, Chine, NDLR] qui doivent nous connaître maintenant"*, déclare Christophe Paluel-Marmont. En 1995, pour renforcer ce lien avec la culture, un club des Châteaux regroupant maisons d'hôte tenues par des châtelains en France et les sept hôtels Esprit de France a été créé. Ce groupe, qui représente environ 450 chambres, a une vocation essentiellement commerciale afin d'améliorer la visibilité des établissements. Le site internet d'Esprit de France informe sur les expositions en cours à Paris, les ouvertures des musées et renvoie aussi vers le club. Ouvertement destiné aux Bric, le site a été traduit en chinois, en russe, en brésilien, et le sera bientôt en indien. Enfin, le groupe est présent sur Facebook et Twitter, *"afin de mieux fidéliser notre clientèle"*, déclare **Camille Binz**, directrice du marketing. Une application mobile sera bientôt disponible, avec possibilité de réservation. ■ **ÉVELYNE DE BAST**

www.esprit-de-france.com



Le sens du service

Excellence et respect au cœur de votre environnement

ELIOR Services, N°1 sur le secteur de l'hôtellerie, **prend en charge la gestion de votre établissement** (propreté et hygiène des chambres, gestion du linge, attentions clients, accueil, espaces verts, petite maintenance...) pour mettre **son savoir-faire et son professionnalisme au service de votre image de marque.**

Un partenaire humain et technique qui vous garantit des solutions sur-mesure adaptées à vos besoins.

Un véritable confort de gestion vous permettant de vous recentrer sur votre cœur de métier et toujours une parfaite maîtrise de vos coûts.

Contactez-nous au 01 55 21 86 49
pour un audit gratuit et confidentiel
de votre établissement ou rendez-vous
sur elior-services.fr

Un monde d'attentions

elior 
services

La Rochelle (17) Il a suffi de trois mois à la nouvelle propriétaire, Sylvette Lebeau, pour transformer cet établissement du XVII^e siècle, situé à deux pas du vieux port. Une rénovation qui lui permettra de figurer dans le très arty guide 'Design Hôtels 2012'.

La Monnaie Art & Spa Hôtel brille à nouveau

Côté cour, la façade en pierres est estampillée XVII^e siècle. Côté jardin et recoins, le XXI^e siècle éclaire d'un jour nouveau la demeure où jadis l'on frappait monnaie. Propriété de la ville qui l'avait dotée d'appartements, puis transformée en hôtel 3 étoiles en 2008, la belle demeure s'est métamorphosée en février 2011 au prix d'un investissement de 2,5 M€. Il s'agit d'une reconversion pour la propriétaire du fonds, **Sylvette Lebeau**. À 47 ans, après vingt-trois années consacrées à l'Éducation nationale, cette dernière a fait le choix en février 2010 d'une autre vie. Avec La Monnaie Art & Spa Hotel, elle offre à la ville blanche son premier véritable 4 étoiles (il en existe un autre, mais il est adossé à une résidence hôtelière).

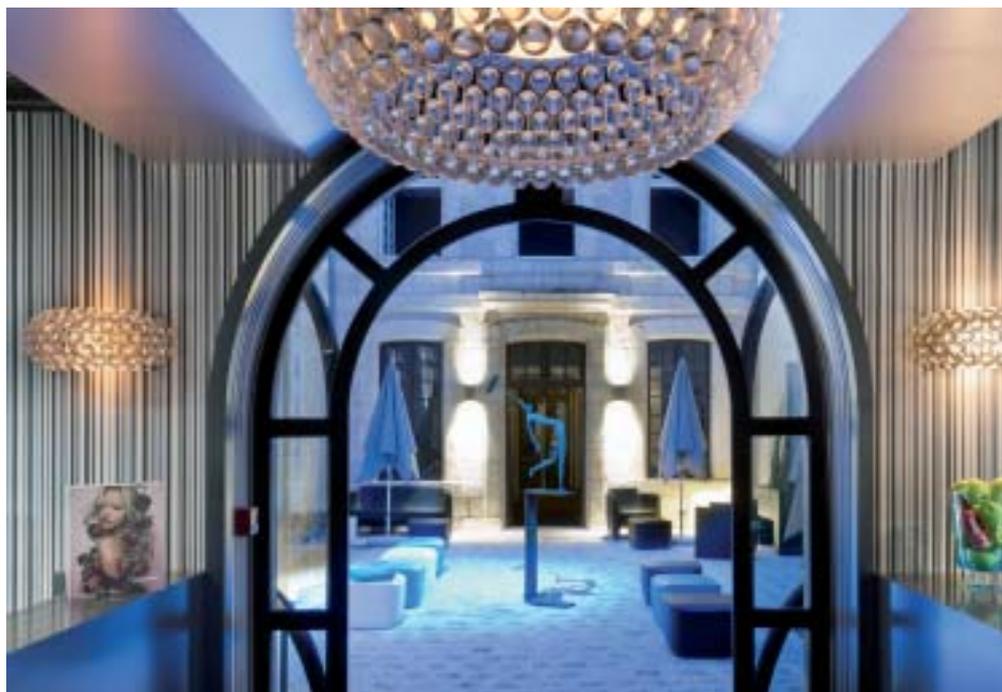
"L'hôtel avait besoin d'être rénové. Je ne souhaitais pas un décor trop branché, juste un peu 'pop' et surtout chaleureux, où chacun peut se retrouver, se sentir à l'aise." C'est avec l'architecte **Philippe Lucazeau** (Atelier Solo à Nantes) que le projet a pris forme. Le noir est le fil conducteur d'un décor très élégant où se mêlent aussi le turquoise, le vert, l'orange et le rose. L'éclairage, entièrement à base de LED, distille une clarté douce et naturelle, idéale pour mettre en valeur la pléiade d'œuvres originales - tableaux, sculptures et graffs - disséminées çà et là.

DERNIER CRI

Restait à se réapproprier les volumes. La Monnaie Art & Spa Hôtel glisse dans les étages 36 chambres et suites très cosy,

de 17 à 50 m². Literie de qualité 'palace', climatisation individuelle, TV LED, ADSL... Au rez-de-chaussée, le patio-jardin est à ciel ouvert. Puis l'enfilade de pièces invite à se poser. Le salon-bibliothèque regorge de livres d'art et de voyages. Le bar, ouvert à partir de

15 heures, inscrit à sa carte des single malts, champagnes et autres boissons accompagnées des créations du célèbre chocolatier de Troyes, **Pascal Caffet**, MOF pâtissier 1989. En sous-sol, la salle de sport dispose d'un équipement dernier cri. Et, fonctionnant



Les œuvres d'art sont partout, ici dans le patio à ciel ouvert.



Une salle des petits déjeuners vitaminée.

uniquement sur réservation et en privatisation intégrale - jusqu'à six personnes -, l'Happy Few Spa déroule une table massante, deux douches en chromothérapie, un sauna et un bassin à remous.

RENOUVELLEMENT DE CLIENTÈLE

Sylvette Lebeau ne cache rien. Le taux d'occupation, qui était de 63 % lors de son rachat, est tombé à 52 %. *“Les habitués pensaient que les travaux allaient durer un an et nous ont oublié !”* Toutefois, le renouvellement de la clientèle est en très bonne voie. La qualité du service reste la priorité. Ouvert 7 jours sur 7 et toute l'année



Du chic et du charme : **Sylvette Lebeau** a conçu La Monnaie Art & Spa Hôtel à son image.



avec un accueil 24 heures sur 24, l'établissement emploie douze personnes et offre des prestations irréprochables. Ce qu'apprécient particulièrement les hommes d'affaires (40 % de la clientèle). Outre le business center sur place, une salle de séminaire de 40 places nichée dans un hôtel particulier du XVIII^e est proposée à 500 mètres de l'hôtel. Sans surprise, c'est Sylvette Lebeau qui prend le volant pour transporter ses hôtes. ■

BRIGITTE DUCASSE

La Monnaie Art & Spa Hôtel • 3 rue de la Monnaie • 17000 La Rochelle • Tél. : 05 46 50 65 65
• www.hotelsonnaie.com

Dans les chambres, le sol en chilewich (un vinyle tissé) confère confort et modernité.

MAINTENIR
Enterprise Asset Management

GÉRER
Work Force Management

OPTIMISER
Customer Relationship Management

DÉFINIR
Hotel Management System

CONTROLER
Financial Management System

MAINTENIR
Performance Management

DISTRIBUER
Central Reservations System

INFOR
SoftBrands

Infor-SoftBrands Hospitality, une expertise de gestion innovante pour les groupes, chaînes et établissements indépendants.
9500 hôtels et restaurants dans le monde nous font déjà confiance pour gérer : réservations, front office, facturation, points de vente, stocks, salles de séminaires, ventes et marketing, finance et performance.

Découvrez notre gamme de logiciels sur www.infor.fr/solutions/hospitality ou CONTACTEZ-NOUS AU 01 69 47 62 22

PROFITABILITÉ

Le fondateur du concept de boutique-hôtels révolutionne une nouvelle fois l'hôtellerie en cr
Ian Schrager invente l'Apple de l'



Une chambre du Public Chicago, à partir de 135 \$ (environ 106 €) la nuit.

À 65 ans, **Ian Schrager** peut s'enorgueillir d'avoir créé un concept copié dans le monde entier : les boutique-hôtels, des établissements ayant chacun leur personnalité propre, en réponse à la standardisation des grandes chaînes hôtelières. Avec son dernier concept baptisé Public, Ian Schrager entend changer une nouvelle fois les règles du jeu. *“Les clients ne recherchent plus le luxe. Ils veulent des choses simples et un excellent rapport qualité-prix”*, explique-t-il. Une nuit au Public Chicago, le premier hôtel de la chaîne ouvert cet automne, commence à partir de 135 \$ (environ 106 €), des tarifs en dessous du marché.

“NOUS SOMMES ANTI-MODE”

L'entrepreneur s'est inspiré du succès des magasins Apple. *“J'ai voulu offrir la même qualité de service. Dans un magasin Apple, le client paie sans avoir à faire la queue à la caisse, par exemple. Apple offre les services dont le client a*



Le Coffee bar.

réellement besoin, les services essentiels.” Il cite aussi l'enseigne de supermarchés bio Trader Joe's parmi ses sources d'inspiration, une chaîne qui *“plaît à une clientèle sophistiquée malgré sa grande simplicité.”*

D'ici à 2013, il compte ouvrir deux hôtels Public à New York, un à Miami et un à Londres. Il regarde aussi vers Paris. *“La barrière d'entrée est très élevée mais nous sommes habitués aux marchés compétitifs.”* À Chicago, Ian Schrager a racheté l'Ambassador East Hotel pour



La bibliothèque.



Pump Room, une institution revisitée par **Jean-Georges Vongerichten**.

1 créant la marque Public. de l'hôtellerie

25 M\$ (environ 20 M€). Il a ensuite dépensé 35 M\$ (27,5 M€) pour rénover cette institution de la ville. Public Chicago offre un design d'une grande simplicité imaginé par **Anda Andrei**. "Nous ne voulons pas être à la mode. Nous sommes anti-mode", lance même Ian Schrager. Il a tout repensé, du mini-bar au room service. Il revisite aussi le lobby. Celui de Public est constitué d'une bibliothèque, d'un salon de conversation...

Avec son compère, le chef français **Jean-Georges Vongerichten**, Ian Schrager revitalise Pump Room, le restaurant de l'hôtel, une institution ouverte dans les années 1930 qui a reçu Frank Sinatra, Elizabeth Taylor, Marilyn Monroe, Humphrey Bogart... "J'ai demandé à



Jean-Georges de venir car je suis fan de sa cuisine à ABC Kitchen [le restaurant 'bio et local' du chef à New York, NDLR]. C'est une cuisine simple mais délicieuse."

LAURE GUILBAULT

Le lobby de Public Chicago, dont le design se distingue par sa grande simplicité.

www.publichotels.com/chicago/home

Rendez-vous au salon

égast²⁰¹²

SALON PROFESSIONNEL

DE L'ÉQUIPEMENT, DE LA GASTRONOMIE, DE L'AGRO-ALIMENTAIRE, DES SERVICES ET DU TOURISME

18 AU 21 MARS / PARC EXPO STRASBOURG

Une manifestation
STRASBOURG evenements
www.strasbourg-events.com

Contact : + 33 (0)3 88 37 21 46



Partenaire officiel



Pré-enregistrement
Invitation et
Informations sur
www.egast.fr

Paris (IX^e) Le 14 février prochain, le nouvel hôtel 'lifestyle' de Starwood ouvrira ses portes au grand public après trois années de travaux. La décoration intérieure a été conçue sur le thème de l'énergie et de la vitalité.

Le W Paris Opéra, une étincelle dans la ville lumière



Dans le hall, espace de référence de l'hôtel, le décorateur a imaginé un mur noir de forme ondulée, dans lequel de petites ouvertures laissent filtrer des LED qui, grâce à un jeu de lumières, se meuvent en vagues ondulantes.

l'établissement se place sur le segment des boutique-hôtels. La rénovation du bâtiment a été confiée à la société de design Rockwell Group. **Diego Gronda**, directeur de Rockwell Europe, est à l'origine du concept du W Paris Opéra, "une étincelle qui scintille dans Paris". **ÉVELYNE DE BAST**

W Paris Opéra • 4 rue Meyerbeer • 75009 Paris
Tél. 01 77 48 13 41 • www.wparisopera.fr



"Nous avons voulu aussi respecter l'esprit parisien, nous avons donc gardé les moulures aux plafonds et les manteaux de cheminée de ce superbe hôtel haussmannien", explique **Didier Gronda**, créateur du concept de l'hôtel W Paris Opéra.

Le nouvel hôtel du groupe Starwood, le W Paris Opéra, ne sera pas taxé de gigantisme. Avec 91 chambres dont 20 suites - dont deux suites WOW - et un Sweat (salle de sport) au 8^e étage,



Une chambre du futur hôtel W Paris Opéra.

Détail de l'entrée du futur hôtel W Paris Opéra.



17^e édition des *Palmes de la Restauration*

by Leaders Club France

Mardi 13 mars 2012 dès 18h00 à Paris



QUI SERA LA PALME D'OR 2012 ?

231 East Street (Strasbourg)

À la Bonne Heure (Avignon)

Boco (Paris 1^{er})

Braisenville (Paris 9^e)

Joséphine (Paris 16^e)

Mio Padre (Paris 9^e)

O Deck - La Compagnie des Rivages (Nantes)

Twenty Peas (Paris 8^e)

Informations et inscriptions :
www.palmesdelarestauration.fr

À la Maison de la Mutualité - Paris 5^e
Dans le cadre de l'Omnivore Food Festival

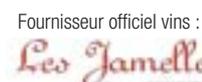
Partenaires
France :



Partenaires
Internationaux :



PORTÉ DE VERSAILLES, FRANCE
11-15 NOV. 2012



Éric Pras a faim de défis

Le chef a repris la maison Lameloise à Chagny (3 étoiles *Michelin*) en 2009, avec Frédéric Lamy à la direction. Une aventure de taille pour cet habitué des concours, qui a décroché en 2004 le titre de Meilleur ouvrier de France.

PROPOS RECUEILLIS PAR NADINE LEMOINE

L'Hôtellerie Restauration : Quand avez-vous su que vous vouliez devenir cuisinier ?

Éric Pras : Dès ma plus tendre enfance. Je pense que c'est en voyant ma mère réaliser une cuisine ménagère avec des produits sains et simples de la ferme. Mes grands-parents étaient agriculteurs. Je devrais les livres de cuisine. J'ai le souvenir de recettes alors que j'étais tout petit. Je crois que je ne me suis jamais posé de question sur le métier que je voulais faire. De plus, j'ai eu la chance d'avoir un maître d'apprentissage formidable qui m'a aidé à entrer chez Troisgros avec mon CAP quand j'avais 15 ans. Ce fut une révélation.



"Je crois que je ne me suis jamais posé de question sur le métier que je voulais faire", confie **Éric Pras**.

Un souvenir de votre apprentissage ?

J'ai deux souvenirs marquants. Le premier, c'est le concours du Meilleur apprenti de France, mon premier concours à 17 ans, pour lequel **Michel** et **Pierre Troisgros** m'ont beaucoup aidé. Je n'ai pas gagné mais cela m'a donné le goût des compétitions. L'autre souvenir, c'est le festival des Arts de la table de Roanne, pendant lequel nous avons dû reproduire les plats du film *Le Festin de Babette*, comme la Soupe à la tortue géante ou la Caille en sarcophage au foie gras et sauce aux truffes. Vingt ans plus tard, je m'en souviens encore !

Quelle a été la technique la plus difficile à maîtriser ?

Pour moi, c'est le soufflé. Il demande beaucoup et de précision. Comme toutes les choses simples, c'est compliqué à maîtriser et cela demande une grande persévérance.

Quel est le plat que vous avez eu le plus de mal à réaliser ?

Il y en a plusieurs. La timbale de macaronis **Lucien Vanier**, thème de la sélection du concours Un des meilleurs ouvriers de France 2004, était particulièrement compliquée à réaliser, entre la sauce qui ne devait pas s'échapper, les macaronis à monter en spirales et qui devaient tenir... Les essais furent nombreux. J'ai aussi en mémoire la tarte soufflée aux poires des sélections du MOF 2000. Faire pousser un soufflé dans une tarte de 4 cm de haut, que la pâte soit fine et qu'elle ne craque pas, ce n'est pas simple !

ÉRIC PRAS en 10 dates

1^{er} mars 1972 :

naissance à Roanne (42)

1989 : apprenti bac pro maison Troisgros

1993 : 3 étoiles *Michelin* de

Pierre Gagnaire à Saint-Étienne (42)

1995 : rencontre avec **Laetitia**, son épouse

1998 : 3^e au concours national de cuisine artistique

1999 : naissance de sa fille **Inès**

2004 : titre de MOF

2005 : naissance de **Charlise**, 3 étoiles *Michelin* de **Régis Marcon**

2008 : travail aux côtés de **Jacques Lameloise**, maison Lameloise à Chagny (71)

2009 : reprise de la maison Lameloise avec **Frédéric Lamy**

Quel est votre grand plat classique favori ?

Les volailles en vessie qui demandent beaucoup de maîtrise, mais qui malheureusement ont tendance à disparaître. À Chagny, je fais un pigeon en vessie. L'autre avantage de ce plat, c'est le travail avec la salle puisqu'il demande un découpage

Lameloise. La cuisine d'Éric Pras. Une maison en Bourgogne



"C'est mon premier livre, J'ai voulu y présenter la cuisine de la maison aujourd'hui en 80 recettes, dit **Éric Pras**. On a mis six mois pour le faire. J'ai réalisé tous les plats avec ma chef pâtissière **Émilie Rey**. Le photographe **Matthieu Cellard** met en valeur le produit sans artifice. Cela donne des photos très épurées", explique le chef-patron de la Maison Lameloise

associé à **Frédéric Lamy**. L'ouvrage présente aussi les producteurs favoris du chef, sans oublier l'histoire de cette institution depuis sa naissance il y a plus de quatre-vingt-dix ans. Un manifeste de gourmandise vraie.

Éditions Glénat - Prix : 49 €

devant le client. C'est beau à voir. J'aime aussi une bon pâté en croûte, par exemple.

Votre plat best-seller ?

Le Foie gras de canard en robe de pomme de terre et chou à la vapeur, bouillon parfumé à la truffe, que j'ai créé en 2008. Je m'étais inspiré d'une garniture de **Jacques Lameloise**. Il m'avait prédit que ce serait un classique. Je ne peux plus l'enlever de la carte.

Votre plat préféré à la carte ?

Langoustines chaud et froid au jus de pommes vertes crème légère, moutarde Fallot caviar de France, mis au point en 2008. Dans ce plat, les langoustines sont travaillées en plusieurs textures. Cela plaît beaucoup.

Quels conseils essentiels donneriez-vous à un jeune qui souhaite faire carrière dans le métier ?

Il faut être passionné, motivé, courageux, avoir une soif d'apprendre, être curieux, exigeant avec soi-même et ne pas oublier que le but principal est que le client soit heureux. C'est l'essence même du métier : en lui faisant plaisir, on se fait plaisir.



Éric Pras et son associé Frédéric Lamy.



Une personne à laquelle vous souhaitez rendre hommage

Je voudrais rendre hommage à tous les chefs avec qui j'ai travaillé et qui m'ont fait grandir au fil des années. Un hommage tout particulier à deux messieurs : **Régis Marcon**, qui m'a beaucoup apporté pendant six ans, et Jacques Lameloise pour ses grandes qualités professionnelles et humaines. Il m'a fait confiance, m'a transmis son œuvre, la Maison Lameloise. Je le remercie de m'avoir aidé à relever ce défi avec **Frédéric Lamy**. C'est une grande aventure. ■

LES 3 RECETTES EXTRAITES DU LIVRE

- **Homard bleu cuit dans sa carapace** - Cannelloni de laitue et sabayon cardinal **pp. 106-107**
- **Marbré de foie gras et magret de canard aux lentilles vertes du Puy** - Mangues et girolles marinées **pp. 108-109**
- **Coque meringuée, ananas et coriandre sur un sablé** - Ravioles exotiques flambées au rhum **pp. 110-111**

COUP DE PATES®

Tartelette Normande
Le Tourier® Ø 90



Ami des Artisans

COUP DE PATES® S.A.S.
ZAC du Bel Air - 14 avenue Joseph Paxton
Ferrière-en-Brie
77614 MARNE-LA-VALLÉE Cedex 3

www.coupdepates.fr



HALL 5
STAND R16

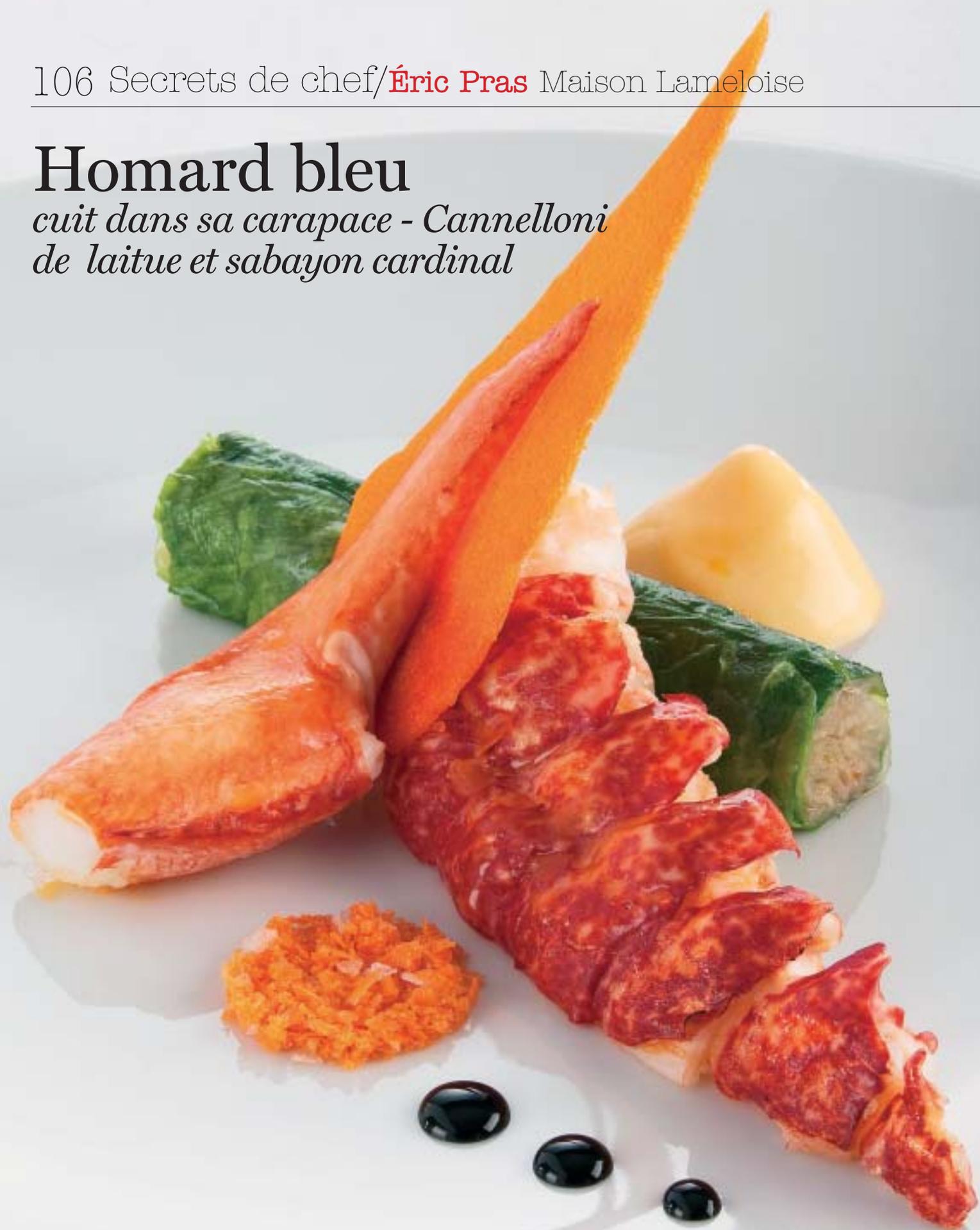


DOMINIQUE & ASSOCIÉS® - 02/2012

Retrouvez ce produit page 225 de notre Catalogue Collection Automne/Hiver N°43

Homard bleu

*cuit dans sa carapace - Cannelloni
de laitue et sabayon cardinal*



INGRÉDIENTS

Pour 4 personnes
4 homards bleus de 450 g pièce
5 cl de vinaigre blanc

Cannelloni de laitue

1 laitue
2 bulbes de fenouil
100 g d'articulations de homard
2 cl d'huile d'olive
Sel de curry (mélange de sel fin et de curry de Madras)

Tuile corail

60 g de farine
90 g de beurre pommade
50 g de blancs d'œufs
50 g de corail de homard

Sabayon cardinal

1,5 œuf
1 jaune d'œuf
2 g de sel fin
0,5 g de curry de Madras
3 g de vinaigre de riz
150 g de beurre de homard (réalisé avec les carcasses, une garniture aromatique et du beurre frais cuit au four à couvert à 70 °C en sec pendant 10 heures)

Finition et décoration

40 g de beurre de homard
10 g de balsamique réduit
Sel Maldon

PROGRESSION

Cuire les homards dans de l'eau bouillante avec le vinaigre, 4 min pour les coffres et 3 min de plus pour les pinces. Décortiquer et réserver.

Cannelloni de laitue

Tailler le fenouil en deux et l'émincer finement, faire suer avec l'huile d'olive et ajouter le cœur de laitue ciselé. Ajouter ensuite les articulations de homards émincés. Assaisonner avec le sel de curry.

MONTAGE

Laver et blanchir les feuilles de laitue au four vapeur à 100 °C pendant 2 min puis rafraîchir. Étaler les feuilles de laitue sur du papier film de façon à réaliser un rectangle puis disposer la farce fenouil-homard au centre. Finir en roulant la laitue à l'aide du film, afin d'obtenir des rouleaux. Tailler les cannellonis et les chauffer à la vapeur, lustrer au moment de l'envoi avec du beurre de homard.

Tuile corail

Mélanger la farine, le beurre pommade et les blancs d'œufs. Passer le corail sur le mélange. Mélanger pour rendre la masse homogène. Étaler l'appareil sur le Silpat en donnant une forme de tuile, cuire à 170 °C, ventilation 0 pendant 5 min.

Sabayon cardinal

Mélanger tous les ingrédients et ajouter le beurre, mixer et verser dans un siphon. Ajouter 2 cartouches de gaz, mettre dans un thermoplongeur à 54 °C pendant 10 min et servir.

FINITION ET DÉCORATION

Tailler les queues de homards en deux et les chauffer avec les pinces en vapeur douce. Déposer le cannelloni de laitue au centre de l'assiette, dresser les queues de homards et les pinces, arroser de quelques gouttes de beurre de homard et quelques points de balsamique réduit, disposer la tuile de corail et un rond de mélange de sel Maldon et tuile de corail concassée. Servir le sabayon cardinal en saucière à part.

RESTAURANTD'OR.FR

DOUBLEZ VOTRE CLIENTÈLE



GRÂCE À

RESTAURANTDOR.FR



EN INSCRIVANT VOTRE RESTAURANT

SUR NOTRE ANNUAIRE

DES RESTAURANTS

NOTRE ANNUAIRE EST PREMIER SUR GOOGLE POUR LES RECHERCHES COMME :

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

INSÉREZ DÈS MAINTENANT VOTRE ÉTABLISSEMENT SUR RESTAURANTDOR.FR

VOUS POUVEZ AUSSI NOUS CONTACTER

AU 01 55 73 32 09

Marbré de foie gras *et magret de canard* *aux lentilles vertes du Puy - Mangues et girolles marinées*





INGRÉDIENTS

Pour 10 personnes

Foie gras terrine

1,2 kg de foie gras frais de canard
1,2 l de graisse de canard

Assaisonnement foie gras

150 g de sel
30 g de poivre moulu
30 g de sucre
4 g de muscade

Lentilles

100 g de lentilles vertes du Puy
Sel et poivre,
1 botte de cerfeuil ciselé
30 g d'échalotes ciselées
Vinaigre de Xérès
Gélatine bronz

Magrets de canard rôtis

2 magrets de canard
Sel et poivre du moulin
1 mangue pas trop mûre

Compote de mangue

1/2 mangue mûre
1 pomme golden
100 g de purée de mangue
Sel fin

Girolles marinées

150 g de girolles clous
20 cl d'eau
20 cl de vinaigre blanc cristal
20 cl de vin blanc
60 g de sucre semoule
1 sachet d'épices (1 pointe de badiane, 1 g de graine de coriandre, 1 g de graine de fenouil, 2 grains de poivre noir)

Décor

Sel de Maldon et poivre mignonnette

PROGRESSION

Assaisonnement foie gras

Mélanger sel, poivre, sucre et muscade. Prendre 18 g de ce mélange par kg de foie gras. Dénervet et assaisonner les lobes de foie gras. Les confire dans la graisse à 115 °C et laisser monter le foie gras à 58°C à cœur. Égoutter délicatement le foie gras et le déposer dans un cadre en inox filmé, puis le mettre au réfrigérateur sous presse.

Lentilles

Cuire 20 à 25 min les lentilles et récupérer le jus de cuisson. Le coller avec la gélatine trempée (pour 25 cl d'eau de cuisson de lentilles mettre 3,5 feuilles de gélatine bronze de 3,3 g), ajouter les lentilles, la botte de cerfeuil ciselé, les échalotes ciselées, le vinaigre de Xérès, puis sel et poivre. Réserver.

Magrets de canard rôtis

Assaisonner et cuire les magrets de canard dans un four mixte ambiance à 80 °C et les sortir à 54 °C à cœur.

MONTAGE DE LA TERRINE

Tailler des tranches de foie gras d'environ 1 cm de d'épaisseur et chemiser les côtés et le fond d'une terrine rectangulaire filmée. Déposer les lentilles au fond, tailler en rectangles le magret cuit et le déposer dessus. Ajouter les quartiers de mangue et recouvrir avec les lentilles et ensuite une tranche de foie gras, recouvrir de film et presser 24 heures.

Compote de mangue

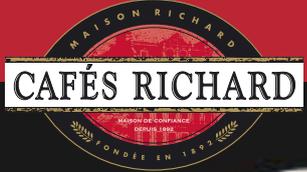
Tailler la mangue et la pomme en dés de 1 cm. Faire compoter le tout avec de l'eau à couvert. En fin de cuisson, ajouter la purée de mangue. Mixer et passer au tamis.

Girolles marinées

Nettoyer les girolles et les laver. Faire bouillir l'eau, le vinaigre et le vin blanc avec le sucre et ajouter le sachet d'épices. Cuire les girolles dans la marinade pendant 2 min et les débarrasser dans un bocal. Verser le liquide dessus, laisser refroidir et couvrir.

DRESSAGE

Disposer une tranche de marbré au centre de l'assiette, des girolles marinées, un point de compote de mangue et un rond de sel Maldon et de mignonnette.



Année résolument LATTE ART!



Animations & Formations avec l'Académie du Café...

academiecafe@richard.fr - 01 40 85 75 00

Coque meringuée, *ananas et coriandre* *sur un sablé - Ravioles exotiques flambées au rhum*





INGRÉDIENTS

Pour 4 personnes

Gelée d'ananas

20 cl de jus d'ananas
5 cl de lait de coco
1,5 cl de jus de citron vert
25 g de sucre
1/2 gousse de vanille
5 g de pectine N.H.

Sablé

80 g de beurre demi-sel
30 g de beurre doux
36 g de sucre glace
1 g de fleur de sel
5 g de jaune d'œuf cuit dur tamisé
100 g de farine
20 g de féculé de pomme de terre

Gelée vanille/ananas

10 cl d'eau
2 g de pectine N.H.
10 g de sucre
1/4 de jus de citron
1/4 de gousse de vanille
1/4 d'ananas
1 zeste de citron vert
3 g de Mycroy
100 g de crème fouettée
1 ananas
Sirop à la vanille à 15 °B
1/4 d'ananas
Rhum

Sorbet ananas

45 g de sucre
5,3 cl d'eau
20 g de glucose atomisé
30 cl de jus d'ananas

Sorbet fromage blanc/coriandre

110 g de fromage blanc
5 g de lait en poudre
1/2 jus de citron
8 g de glucose atomisé
1,8 cl de crème
10 g de sucre
3 cl de lait
1 g de stabilisateur
Coriandre fraîche

Coque meringue

50 g de blancs d'œufs
100 g de sucre

Ravioles ananas

100 g de purée exotique
15 g de sucre
1 jaune d'œuf, 1 œuf
5 g de poudre à crème

PROGRESSION

Gelée d'ananas

Chauffer le jus d'ananas, le lait de coco et la vanille. À 60 °C, ajouter en pluie le sucre et la pectine N.H. Faire bouillir 1 min et terminer par le jus de citron. Couler en cadre sur une épaisseur de 2 mm. Congeler et tailler des ronds de 10 cm de diamètre. Réserver.

Sablé

Mettre les beurres pommade. Ajouter le sucre glace, la fleur de sel, le jaune d'œuf cuit, la farine et la féculé. Étaler entre 2 feuilles, épaisseur 4 mm environ. Congeler, emporter des ronds de 5,5 cm de diamètre. Cuire à 170 °C pendant 6 min.

Gelée vanille/ananas

Faire bouillir l'eau et la gousse de vanille. Ajouter en pluie le sucre et la pectine, faire bouillir 1 min. Terminer par le jus de citron. Refroidir. Tailler un quart d'ananas en brunoise. Mélanger la gelée vanille, le zeste d'un citron vert et la brunoise ananas. Mouler en Flexipan, faire prendre au froid. Tailler des ronds de 5,5 cm de diamètre. Réserver.

Sorbet ananas

Faire un sirop avec l'eau, le sucre et le glucose atomisé. Refroidir. Mélanger le jus d'ananas et le sirop. Turbiner. Réserver au froid.

Sorbet fromage blanc/coriandre

Chauffer la crème, le lait, le glucose atomisé, le sucre et le stabilisateur. Verser sur le fromage blanc et le jus de citron. Laisser mûrir, turbiner et réserver. Mettre à congeler de la coriandre fraîche. La mixer avec du sorbet fromage blanc.

Coque meringue

Chauffer au bain-marie les blancs et le sucre. Monter au batteur. Graisser légèrement avec de l'huile de pépins de raisin des demi-sphères en Flexiplan. Passer une première fine couche de meringue à l'aide d'un pinceau. Faire sécher au four à 80 °C pendant 30 min. Faire une seconde fine couche, toujours avec le pinceau et sécher 1 h 30. Laisser un peu refroidir et démouler. Réserver dans un endroit sec.

Ravioles ananas

Éplucher un ananas. Tailler de fines lamelles à la trancheuse (1 mm). Les mettre en sac sous vide avec un sirop à 15 °B à la vanille. Cuire au four vapeur à 85 °C pendant 4 min. Refroidir.

Cuire comme une crème pâtissière la purée exotique, le sucre, le jaune, l'œuf et la poudre à crème. Hors du feu, ajouter le Mycro. Refroidir à 35 °C et ajouter la crème fouettée. Réserver au froid. Tailler un quart d'ananas en brunoise. Faire un caramel à sec et cuire la brunoise d'ananas. Bien faire réduire le jus. Refroidir. Mélanger la mousse exotique et la brunoise ananas caramel. Déposer un peu de ce mélange au milieu d'une lamelle d'ananas, plier en 2 et mettre dans un ramequin. Répéter l'opération.

DRESSAGE

Disposer dans le fond de l'assiette, le disque de gelée d'ananas. Par dessus, mettre le sablé, puis la gelée vanille/ananas. Caraméliser 2 tranches d'ananas et les tailler en 8. Les poser sur la gelée vanille. Faire deux quenelles de sorbet (une d'ananas et une de sorbet fromage blanc/coriandre). Disposer la coque de meringue par dessus. Servir les ravioles à part et les flamber au rhum au dernier moment.

4 février

Studyrama

Salon des formations en tourisme et hôtellerie-restauration
Espace Champerret, Paris (XVII^e)

5-7 février

Salon Gourmet by Sirha

Palexpo de Genève (Suisse)
www.gourmet-expo.com

5-8 février

Smahrt

Salon des métiers de l'alimentation et de l'hôtellerie-restauration
Parc des expositions de Toulouse (31)
www.smahrt.com

6-8 février

Salon des vins de Loire

Parc des expositions d'Angers (49)
www.salondesvinsdeloire.com

10-12 février

Tourissima - Salon du tourisme

Lille Grand Palais (59)
www.salonmahana.com/lille

15-16 février

Sandwich & Snack Show

Paris expo Hall 5
Porte de Versailles (XV^e)
www.sandwichshow.com



Parizza

Paris expo Hall 5
Porte de Versailles (XV^e)
www.parizza.com

20-22 février

Vinisud

Salon international des vins et spiritueux méditerranéens
Parc des expositions de Montpellier (34)
www.vinisud.com

25 février - 4 mars

Salon international de l'agriculture 2012

Porte de Versailles (Paris, XV^e)
www.salon-agriculture.com

26-28 février

Prorestel

Salon professionnel de la restauration hors domicile, de l'hôtellerie et de l'alimentation
Espace Duguay Trouain à Saint-Malo (35)
www.prorestel.com

Abonnez-vous

**L'Hôtellerie
Restauration**
L'HEBDO DES C.H.R. | L'HOTELLERIE-RESTAURATION.FR

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

1 3 mois **10 €**

6 mois **20 €**

1 an **40 €**

Durée libre **10 €/trimestre**
(interruption sur simple demande)

2 Chèque joint

RIB joint

Carte Bleue n°

(à l'ordre de L'Hôtellerie Restauration)

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

3 Nom : Adresse :

..... Code postal & Localité :

Téléphone : (facultatif mais utile en cas de problème sur l'adresse)

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 rubrique s'abonner

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

Vous cherchez un **EMPLOI** dans
L'HÔTELLERIE RESTAURATION ?

Salon **LHR** Emploi

JEUDI 15 MARS 2012 • 9 H-18 H

AU CENTQUATRE

104 RUE D'AUBERVILLIERS • PARIS 19^E

 Stalingrad - Lignes 2 et 5 • Riquet - Ligne 7



**ENTRÉE LIBRE ET GRATUITE
SE MUNIR DE CV**

Pré-enregistrez-vous sur :

WWW.LHR-EMPLOI.FR

Pour toutes informations :

☎ 01 45 48 64 64

Organisé par
**L'Hôtellerie
Restauration**



Flashez-moi !

Célébrez le printemps avec Pelforth !



Pelforth de Printemps, c'est :

- la marque **leader** des bières de Printemps en CHR !
- une **bière de dégustation** à la robe ambrée, aux arômes floraux et caramélisés...
- **8 000 établissements** animés chaque année.

Créez l'événement chez vous dès le 1er week end de Mars !

- ➔ **1 kit offert** pour l'achat de 4 fûts
6 verres, 100 sous-bocks, 10 marque-cartes et
d'autres éléments de décoration et visibilité.

Pensez à commander votre Pelforth de Printemps !

Fûts disponibles chez votre
distributeur dès mi-février.



BIÈRES DE CARACTÈRE