

Iris Lau
remporte
le trophée
C3 Valrhona

Best Western
soigne
sa notoriété
en France

Cession d'un fonds
de commerce :
la clause de
non-concurrence

La restauration
planche sur
la gestion des
biodéchets

L'Hôtellerie Restauration

9 février 2012
N° 3276

ANNONCES
CLASSÉES
P. 16

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

SANDWICH & SNACK SHOW

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

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

Idées à emporter...

Votre badge gratuit sur www.sandwichshows.com

Découvrez aussi

PARIZZA

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

Trois jours de démonstrations pp. 2-3



Madrid Fusion : dix ans d'échanges entre cuisiniers

Depuis une décennie, l'Espagne met en valeur ses talents. Son chef de file emblématique **Ferran Adrià** n'est plus présent à Madrid Fusion, mais la relève est assurée. Cette année justement, la manifestation avait pour thème les nouvelles générations. Et pour représenter l'Hexagone, **Michel Troisgros** et son fils **César** sont venus témoigner du poids de la transmission.

Ce dixième anniversaire était aussi l'occasion de rendre un hommage appuyé à **Martin Berasategui**, le discret triple étoilé de Lasarte, dans le Pays basque espagnol. Démonstrations, présentations de techniques et produits innovants (photos ci-contre), l'événement a été un formidable laboratoire où, devant un public conquis, les chefs ont exposé leurs petits secrets. La cuisine est bien vivante et elle peut se partager, Madrid Fusion l'a encore une fois prouvé.



Susi Diaz



Magnus Ek



Ricardo Martinez



Paolo Lopriore



Espen Vesterdal



Dani Garcia



Seijo Yamamoto



Andoni Luis Aduriz

LA CONVENTION ANNUELLE DE CHÂTEAUX & HÔTELS COLLECTION

p. 14

Le temps qu'il fait

S'il est un sujet de conversation très pratique en cas de panne d'imagination, c'est bien le temps qu'il fait. À la réception de l'hôtel, au bord du zinc ou à table, la météo est devenue une inépuisable source de considérations plus ou moins fondées, dont certaines font le bonheur des humoristes.

Il est vrai que les médias participent sans retenue à ce déferlement de phénomènes nettement surévalués quant à leur importance et leur impact. Parmi les perles de ces derniers jours, un présentateur n'a pas hésité à annoncer sur la région parisienne un "froid polaire" à... -3 °C ! Un autre s'est risqué à parler de "blizzard" en prévoyant quelques flocons sur les côtes normandes, alors que l'ouverture de tous les journaux télévisés comme les unes des quotidiens nous décrivent un pays soumis à la fureur d'un hiver déchaîné.

Ce catastrophisme qui confine au ridicule n'est pas sans conséquence sur l'activité économique et notamment sur celle de la profession : dans certaines régions méridionales, où il est vrai que la moindre chute du thermomètre est qualifiée de 'sibérienne' (comme si les heureux habitants des bords de la Méditerranée avaient l'habitude de voyager entre Irkoutsk et Vladivostok), les annulations de déplacements, de réservations de restaurants ou de rendez-vous d'affaires se multiplient à toute faiblesse du mercure.

Et comme la prévision météorologique, malgré les immenses progrès des instruments de mesure et des connaissances scientifiques, garde une part d'incertitude, les professionnels du tourisme sont plus souvent qu'à leur tour victimes d'annonces excessivement pessimistes, qu'ils soient en montagne ou sur les rivages maritimes. Il ne faudrait pas que cette obsession de l'opinion pour le temps qu'il fait - ou qu'il va faire - se transforme en psychose paralysante. Mais tant que les médias annonceront des 'froids de Grand Nord' dès qu'on descend en dessous de zéro degré, et que la canicule est redoutée dès 25 °C au mois de juin, le rôle positif d'une information maîtrisée sera difficile à mettre en œuvre.

L. H.

En bref

Dîner solidaire pour les Restos du cœur

Chaque année depuis sept ans, les étudiants de BTS hôtellerie-restauration du lycée Jacques Cœur de Bourges (18) organisent un dîner au profit des Restos du cœur. Le 3 février dernier, la soirée a réuni 250 personnes qui ont dégusté le menu élaboré et servi par les élèves. La totalité des bénéfices sera reversée à l'association caritative. En parallèle, un autre groupe d'étudiants a travaillé sur une exposition dont le thème était la précarité en France ; elle était présentée aux 1 200 lycéens ainsi qu'aux clients lors de ce dîner.

Les conférences du festival du livre culinaire



Du 7 au 11 mars 2012, plus de 200 éditeurs du monde entier se retrouveront au Centquatre à Paris (XIX^e) pour présenter leurs livres de cuisine aux professionnels et passionnés de lectures gourmandes. Durant le festival, trois conférences aborderont les tendances de l'édition culinaire, les plaisirs de l'écriture et de la transmission sous toutes ses formes. Mercredi 7 mars, le chef **Guy Martin** dévoilera les coulisses de sa série documentaire *Épicerie fine*, diffusée sur TV5 Monde. Dimanche 11 mars,

Pierre Gagnaire et son éditrice **Catherine Flohic** présenteront leur livre *Un principe d'émotions* (éditions Argole). Le même jour, **Jean-Claude Ribaut**, chroniqueur gastronomique au journal *Le Monde*, **Laurent Séminel**, directeur de la maison d'édition Menu Fretin et **Philippe Quintin**, rédacteur en chef du *Bottin gourmand*, expliqueront le métier de critique gastronomique.

www.festivaldulivreculinaire.fr



Un contenu très dense

Madrid Fusion :



Joan Roca présente sur scène les fruits de ses dernières recherches.

Pour son 10^e anniversaire, Madrid Fusion attire toujours autant de monde au cours de ces trois jours de démonstrations culinaires de haut niveau. Cependant, cette année, ne cherchez pas les

Français, ils ne sont pas là ou presque. La manifestation a pris pour thème les nouvelles générations. Et pour représenter l'Hexagone, **Michel Troisgros** et son fils **César** sont venus témoigner. Le chef 3 étoiles de Roanne est un habitué ; c'est sa troisième participation. Mais cette fois, il ne cuisine pas, il raconte le poids de la transmission (lire en page 3). Et leur incursion à Madrid Fusion a pour but de profiter du festival : "C'est une réunion de chefs qui créent et qui exposent leur travail. C'est sans équivalent", s'enthousiasme César Troisgros. "On écoute les témoignages, on retrouve des chefs que l'on admire, c'est très enrichissant", renchérit Michel Troisgros, avant de foncer à son tour rejoindre le public.

Ce dixième anniversaire rassemble les grandes pointures de la scène gastronomique espagnole. C'est aussi l'occasion de rendre hommage à **Martin Berasategui**, 3 étoiles *Michelin* à Lasarte côté pays basque espagnol (il n'y a que 5 restaurants 3 étoiles en Espagne). Sur scène, il est ovationné. Ses disciples sont autour de lui : **Josean Aluja**, **Eneko Atxa**, **Rodrigo de la Calle**, **David de Jorge**, **Dani Garcia**, **Erlantz Gorostiza**, **Iñigo Lavado**, **Andoni Luis Aduriz**, **Pepe Rodriguez Rey**, **Antonio Sáez**, **Diego**

Guerrero. "Je suis le chef étoilé qui a le plus d'élèves étoilés. Depuis quinze ans, je forme des jeunes. Je disais : vous ne connaissez pas encore leur nom, mais ils sont incroyables, courageux, enthousiastes et un jour, ils seront connus. Aujourd'hui, c'est vérifié. Moi, je dois tout à **Didier Oudill**, mon père en cuisine", témoigne Martin Berasategui. Le trois étoiles est un fervent supporter de Madrid Fusion : "Les professionnels viennent ici montrer le meilleur de leur travail de l'année. On ne cache rien. C'est ce qui nous fait avancer tous ensemble. C'est de la générosité."

"UNE APPROCHE MODERNE DE LA CUISINE RESPECTE LA TRADITION"

Les démonstrations se succèdent et les chefs ouvrent leurs cuisines. **Joan Roca**, El Celler de Can Roca à Gérone en Catalogne, autre 3 étoiles *Michelin*, a réalisé plusieurs vidéos pour présenter les différentes techniques qu'il met au point à partir du Rotovapor (un évaporateur rotatif) afin de capturer les odeurs et restituer les arômes. La distillation du chablis, de l'eucalyptus, de la lavande selon des procédés différents, l'emprisonnement des arômes dans des fumées (y compris celle d'un cigare de très grande qualité) que le client ne pourra pas manquer... Il explique tout, revendique la dimension ludique, jusque dans le premier plat servi aux clients, des petites boules, chacune représentant un pays (Corée du Sud, Pérou, Mexique...) : "Il faut emmener le client en voyage, lui faire passer un bon moment." **Elena Arzak**, restaurant éponyme 3 étoiles *Michelin* à Saint-Sébastien, encore au

Une décennie déjà que l'Espagne communique sur ses talents, au départ sous la houlette de son chef de file emblématique Ferran Adrià, et maintenant sans lui.

PAR NADINE LEMOINE

dix ans d'échanges entre cuisiniers



Elena et Juan Mari Arzak.

nord de l'Espagne, parle de lyophilisation ; Sergio et Javier Torres, de l'utilisation du Gastrovac ; Dani Garcia de l'azote liquide. Des démonstrations qui sont suivies avec ferveur par le public. Si les Français n'ont pas eu la cote cette année, les Espagnols ont quand même ouvert leurs frontières. Dans son intervention, le Britannique Heston Blumenthal, The Fat Duck 3 étoiles Michelin à Bray (Grande-Bretagne), livre sa nouvelle approche de la cuisine et le résultat de ses recherches sur les éléments qui peuvent agir sur la perception des goûts et des saveurs. "La cuisine, c'est créer du plaisir que l'on ressent dans notre cerveau."

Toujours défenseur des nouvelles techniques, il rejette l'image de champion de la cuisine moléculaire : "On est bien content que les téléphones, les ordinateurs ou les voitures soient plus performants. Pourquoi devrait-on rejeter la technologie moderne adaptée à la cuisine ? Mais nous ne l'utilisons que si elle est au service de la cuisine."

"Une approche moderne de la cuisine respecte la tradition,

ajoute-t-il. Dans le restaurant que je viens d'ouvrir à Londres [Dinner by Heston Blumenthal, au Mandarin Oriental, NDLR], nous avons travaillé sur des recettes issues du patrimoine culinaire britannique qui datent de plusieurs siècles. On s'en inspire mais les techniques utilisées sont celles du Fat Duck."

DES TRANSFORMATIONS INÉDITES

Les nouvelles technologies ont été mises à l'honneur grâce à l'Américain Nathan Myhrvold, auteur de l'ouvrage *Modernist Cuisine* (2 438 pages, aux Éditions Taschen, 399 €). Ce diplômé en mathématiques et en physique de Princeton, ex-directeur gastronomique de Zagat Survey, est fasciné par la cuisine. Il s'est donné pour objectif de déterminer les compositions exactes des aliments, leurs propriétés physiques et organoleptiques afin d'en tirer parti au mieux. Grâce à sa connaissance des procédés techniques, il peut ainsi tenter des transformations de produits encore non expérimentées. Devant le public, il réalise un 'icecream' à la pistache, sans crème, sans lait, sans œuf. "Il faudrait lui trouver un autre nom", concède-t-il.



Jung Sik Yim, chef de file de la cuisine moderne coréenne a présenté plusieurs usages des condiments à base de jang.

Ses connaissances scientifiques lui permettent de trouver des pistes pour obtenir le résultat souhaité. Certains chefs comme Heston Blumenthal, David Chang, David Kinch, Grantz Achatz suivent ses recherches de près.

Jung Sik Yim, le chef de file de la cuisine moderne sud-coréenne (2 restaurants, Jung

Sik Dang à Séoul et Jung Sik à New York), présente deux recettes à base de jang, cette pâte de graines de soja fermentées pendant six mois à partir de laquelle on produit plusieurs condiments (Ganjang, Doenjang et Gochujang). Pour Sang Hoom Degeimbre, L'Air du temps à Noville-sur-Mehaigne (Belgique), le jang apporte une note de modernité. D'autres comme Daniel Patterson, restaurant Coi à San Francisco, ont joué le jeu en venant présenter leurs tout derniers plats : sa rose de betterave, son travail sur le pop corn car "il est temps que les cuisiniers américains s'interrogent sur leurs racines et fondent une cuisine spécifiquement



Heston Blumenthal et sa nouvelle approche de la cuisine.



Un espace partenaires et un podium pour accueillir les concours dont le concours C3 Valrhona du meilleur dessert de restaurant.

américaine". Dix ans après, Madrid Fusion est toujours unique en son genre. Un mélange de démonstrations, déclarations, exaltation qui démontre que la cuisine est bien vivante et qu'elle peut se partager.

LES TROISGROS, DE GÉNÉRATION EN GÉNÉRATION



Martin Berasategui, 3 étoiles Michelin à Lasarte, entouré de César et Michel Troisgros, 3 étoiles Michelin à Roanne (42).

"Le mystère de la passion et de la transmission de génération en génération était le thème de notre intervention à Madrid

Fusion, relate Michel Troisgros. J'ai raconté les peurs et les obstacles auxquels on est confronté. Il faut avoir de la patience, savoir vivre dans l'ombre et avoir une épouse extraordinaire. Marie-Pierre m'a permis d'aller au-delà du sentiment familial tout en conservant le respect de la mémoire. Elle m'a aidé à m'exprimer, à prendre le risque de faire ma propre cuisine. Il y a aussi la peur de créer. Nous ne nous sommes pas satisfaits de reprendre le restaurant familial. Nous avons créé le Central, la Colline du Colombier puis nous sommes arrivés à Paris."

À ses côtés, César Troisgros, 25 ans, cuisinier, la quatrième génération, qui a entendu, depuis sa plus tendre enfance, comme son père avant lui : "Toi tu seras cuisinier quand tu seras grand". "Il ne faut pas prendre la succession pour faire plaisir, dit clairement Michel Troisgros. Mes enfants sont libres. César est un cuisinier, mais il ne doit pas s'enfermer dans la succession. D'abord, il doit bien se former. Léo, 18 ans, se lance dans la même voie. Il n'y a que l'ainée qui s'est trouvée une autre passion, le cheval." César a déjà un C.V. impressionnant. Après un bac (il voulait être ingénieur du son), il passe deux ans à l'institut Paul Bocuse à Écully (69). "La passion est venue en travaillant. Ce sont vraiment les gens qui nous forment qui nous l'inculquent", déclare César. Il passe chez Michel Rostang à Paris, puis les frères Roca à Gérone pendant neuf mois, Thomas Keller en Californie pendant dix-huit mois, Claude Troisgros au Brésil, et depuis dix-huit mois, à Roanne, en cuisine. "Pour moi, le choix des maisons repose sur les valeurs morales avant de penser aux techniques. J'ai pu observer le management des Roca ou de Thomas Keller. On retrouve [dans leurs établissements] des ambiances familiales", confie le jeune cuisinier. Son avenir est-il à Roanne ? "Mon avenir n'est pas encore défini. Je pourrais choisir d'ouvrir mon propre restaurant, pourquoi pas ?"

TVA : Nicolas Sarkozy connaît désormais les chiffres

Après la décision du Gouvernement de relever, pour diverses raisons - critères de convergences européens, participation au désendettement de l'État -, le taux de TVA réduit dans l'hôtellerie-restauration de 5,5 % à 7 %, **Jean Terlon**, président de l'Umih 91, a profité le 2 février dernier d'un passage du président de la République à Longjumeau pour lui remettre en main propre un document dans lequel sont répertoriés les bénéficiaires de la baisse de la TVA dans les métiers des HCR.

Pour nombre de restaurateurs, la baisse de la TVA avait surtout permis d'amortir le choc de la crise économique, la perte de chiffre d'affaires durant la période 2008-2009 ayant pu s'élever à plus de 35 % pour certains établissements. "La remise en cause de cette réforme, chèrement acquise, tant de fois promise



Jean Terlon (écharpe mauve et blanche) venant de remettre les documents à **Nicolas Sarkozy**.

puis repoussée, pourrait avoir des conséquences sur l'emploi et la formation, explique Jean Terlon. C'est la raison pour laquelle j'ai souhaité remettre directement à **Nicolas Sarkozy** ce document, pour être certain qu'il aurait en main un document authentique et non tronqué." Désormais, la balle est dans le camp du Gouvernement, puisque le chef de l'État dispose maintenant de chiffres tangibles, établis par des professionnels des métiers de l'hôtellerie et de la restauration.

A. J. A.



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



En bref

Cinq Français de plus aux Jeunes Restaurateurs d'Europe

Benjamin Delpierre, La Liégeoise à Wimereux (62), **Kyo Fuka**, L'Instant gourmand à Évian (74), **Marc Smeets**, Château de Rilly à Rilly-la-Montagne (51), **Jeroen Kok**, La Galantine à Goudargues (30) et **Marc-Alexandre Schilz**, Les Préludes à Thionville (57), font leur entrée au sein de l'association des Jeunes Restaurateurs d'Europe. Une intronisation sous forme de repas

a eu lieu chez **Claudio Puglia**, La Romantica à Clichy (92), avec au menu : Foie gras en pastilla (Marc Smeets et Jeroen Kok), Féra du lac Léman (Kyo Fukao), Noisette de veau en robe de pomme Darphin (Marc-Alexandre Schilz) et Panacotta et guimauve Grand Marnier à la mousse au chocolat Valrhona (Benjamin Delpierre).



Intronisation des nouveaux membres chez **Claudio Puglia**, restaurant La Romantica à Clichy (92).

12 à 15 M€ d'investissements prévus Mövenpick trouve son hôtel parisien

Pour **Jean-Gabriel Pérès**, président de Mövenpick Hotels & Resorts, l'événement était attendu de longue date : "Nous recherchions une enseigne à Paris. Nous étions donc très vigilants. Paris constitue en effet un marché stratégique pour notre groupe et cet hôtel complète à merveille notre portefeuille." Dès la reprise de l'hôtel en 2013 - il est actuellement sous enseigne Courtyard by Marriott -, de profonds travaux de rénovation seront engagés sur les 282 chambres dont 29 suites, "pour un montant qui devrait être aux environs de 12 à 15 M€", précise Jean-Gabriel Pérès. Pendant les travaux, l'hôtel, situé à Neuilly-sur-Seine (92), ne devrait d'ailleurs pas fermer. L'occasion pour le groupe de compléter une expansion régulière depuis quelques années, avec uniquement des hôtels en contrat de gestion. Le réseau compte aujourd'hui 70 établissements, celui de Paris inclus. "D'ici à 2013,



Jean-Gabriel Pérès, président de Mövenpick Hôtels & Resorts.

nous aurons réalisé 30 nouveaux projets pour 8 734 chambres, annonce son président. Rien qu'en 2011, nous avons signé pour 2 200 chambres."

Prochainement, plusieurs beaux établissements devraient s'ajouter à la collection, notamment l'hôtel Red Sea à Charm El-Cheikh, en Égypte, actuellement Sofitel. D'une capacité de 298 chambres, il deviendra Mövenpick en avril 2012.

LE DÉVELOPPEMENT CONTINUE

Fortement implanté dans les pays du Moyen-Orient, le groupe Mövenpick

ne semble pas avoir connu de retombées négatives suite au 'printemps arabe'.

"Nos propriétaires sont satisfaits, souligne le président de Mövenpick, un hôtel comme le *Gammarth*, à La Marsa en Tunisie, a réalisé 80 % de taux d'occupation." En 2011, le chiffre d'affaires consolidé du groupe a été de 870 millions de francs suisses (environ 721 M€) et serait porté, d'après Jean-Gabriel Pérès, à 1 milliard de francs suisses (827 M€) en 2015. "Nous avons des investisseurs propriétaires solides, qui possèdent plusieurs hôtels. Ils nous font confiance."

Depuis son arrivée en 1999 dans la chaîne, le président a trié sur le volet ses hôtels : "Nous avons sorti

La marque suisse va ouvrir en 2013, à Neuilly-sur-Seine, son 100^e établissement. Actuellement exploité sous l'enseigne Courtyard by Marriott, il tombera dans le giron de Mövenpick le 1^{er} janvier 2013.

14 établissements depuis mon arrivée ; ils n'étaient pas du standing que nous souhaitions, et les propriétaires ne voulaient pas faire de travaux." Ce passionné d'hôtellerie se décrit comme "un façonneur de marque [qui] recherche toujours les pépites." En fin gestionnaire, il étudie chaque fois "toutes les formules de contrat possibles". Néanmoins, l'humain demeure au cœur de toutes ses réflexions : "Nous créons entre 1 200 et 1 500 emplois par an." Il a en outre engagé la collection Mövenpick dans l'obtention du label Green Globe, que tous les hôtels ont obtenu. Le Mövenpick de la Mer Morte (en Jordanie) a même reçu le meilleur score au monde. **ÉVELYNE DE BAST**

PORTEFEUILLE D'HÔTELS EN CONSTRUCTION OU EN DÉVELOPPEMENT

	Hôtels	Chambres
Europe	2	250
Afrique	7	1 699
Moyen-Orient	10	3 911
Asie	14	3 503
Total	33	9 363

MÖVENPICK EN CHIFFRES

- **Nombre d'emplois** : 14 000 emplois, 22 000 prévus
- **Nombre d'hôtels** : 70 actuellement et 100 signés
- **Nombre de clients** : 6,5 millions par an
- **Chiffre d'affaires** : 870 millions de francs suisses (721 M€)

Le Fafih est votre interlocuteur unique pour la formation professionnelle et la taxe d'apprentissage

C'est facile...

Le Fafih simplifie vos démarches en étant votre **interlocuteur unique** sur la formation professionnelle et l'apprentissage.

Vous recevez 2 bulletins de versement à nous retourner accompagnés de vos règlements.

Sur Internet, vos bulletins sont déjà pré-remplis !

➔ www.fafih.com

2 bulletins

The image shows two forms from Fafih. The top form is titled 'Bulletin de versement - Formation professionnelle' and includes sections for 'Vos coordonnées', 'Calcul de votre contribution', and 'Ent. moins de 10 salariés'. The bottom form is titled 'Taxe d'apprentissage' and includes a 'Montant à régler' section. Both forms have a 'Paiement' section at the bottom.

1 interlocuteur

➔ Avant le 29 février 2012 !

6 L'actualité

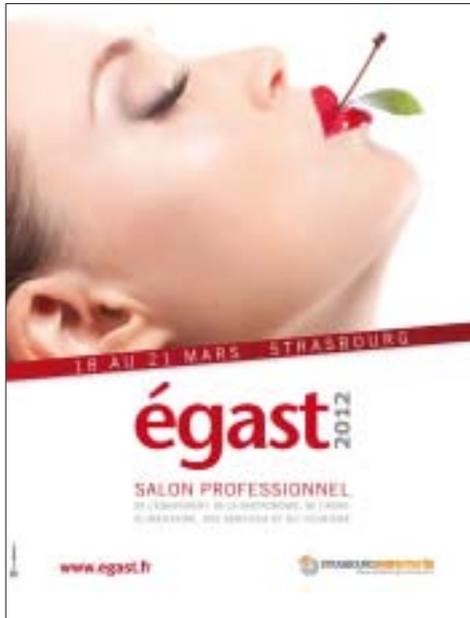
Du 18 au 21 mars

Le salon professionnel de l'équipement, de la gastronomie, de l'agroalimentaire, des services et du tourisme de Strasbourg, le 3^e de France en termes de fréquentation, s'étoffe encore.

Egast 2012 regorge de nouveautés

Depuis l'édition de 2008, le salon Egast a pris une nouvelle dimension. Sous l'impulsion de passionnés comme **Thomas Riegert**, patron des cafés Reck et ancien président du comité d'organisation du salon Egast (Cose), la manifestation a même fait des jaloux dans le grand public. Alors, cette année, un salon parallèle sera organisé, baptisé Cook Show, présentant démonstrations culinaires, ateliers et produits grand public.

Selon **Claude Feurer**, directeur général de Strasbourg Événements, organisateur du salon, la réussite tient dans les ingrédients variés qui ont été introduits au fil des années. D'abord, parce que "le salon est celui de la profession et [qu'] elle y est fortement impliquée". Ensuite, il reste à taille humaine malgré une croissance constante à chaque édition. Ainsi, pour cette 14^e édition, du 18 au 21 mars, on attend 30 000 visiteurs et 300 exposants (contre respectivement 28 000 et 264 en 2008). Troisième ingrédient de cette réussite : les diverses animations organisées (tables rondes, démonstrations, trophées) comblent



chaque famille de la profession. Enfin, le fait de rester à la fois proche de la région et de faire venir des grands noms. Ce sont **Éric Fréchon** (MOF, 3 étoiles *Michelin* au Bristol) et l'Alsacien **Pierre Bord** (directeur du Negresco, 5 étoiles à Nice) qui succéderont à **Alain Ducasse** pour l'inauguration du 18 mars. La journaliste

et animatrice **Julie Andrieu** aura inauguré le salon Cook Show la veille. Dans les jurys des 9 trophées qui émailleront le salon, on compte aussi beaucoup de grands noms. **Dominique Loiseau** présidera le jury du trophée Femmes et Chefs, **Frédéric Anton** sera à la tête du jury cuisine de la 2^e édition du trophée Haerberlin, avec **Nadia Santini**, chef italienne 3 étoiles *Michelin*. **Gérard Basset** (meilleur sommelier du monde 2010) présidera la sommellerie. **Heiner Finkbeiner** (La Trauber en Allemagne, 3 étoiles *Michelin*) présidera la partie salle de ce même trophée Haerberlin avec notamment **Cathy Klein** (L'Arnsbourg à Baerenthal, 3 étoiles *Michelin*). Le pâtissier **Sébastien Bauer** (Angelina à Paris) présidera aussi le jury des entremets, et fera également une démonstration, de même que **David Zuddas** ou **Michel Roth** (MOF, 2 étoiles au Ritz). Les talents de la région ne sont pas oubliés avec **Pascal Bastian**, **Olivier Nasti**, **Babette Lefebvre**, **Alexis Albrecht** ou **Sébastien Buecher**, tous titulaires d'une étoile *Michelin*. **Émile Jung** (ancien du Crocodile à

Strasbourg) montera aussi sur scène. Les artisans comme le fromager **Cyrille Lohro** (MOF), les sommeliers à l'instar de **Caroline Furtoss** (Thoumieux à Paris) ou le biéologue **Hervé Marziou** seront aussi sur le podium. Tout sera retransmis sur internet via le site du salon.

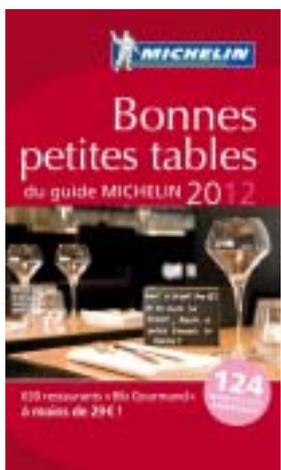
VITRINE DU MÉTIER

Autre nouveauté de cette édition 2012 : la sectorisation du salon, qui sera ainsi plus lisible. Et comme Egast est aussi pensé pour susciter des vocations, cette année, 500 élèves de 4^e et 3^e de la région rencontreront des acteurs de la filière, verront des démonstrations et pourront poser des questions aux professionnels dans l'espace du salon Cook Show, qui aura pris fin la veille. Les étudiants de BTS du lycée Alexandre Dumas d'Illkirch-Graffenstaden tiendront un restaurant éphémère du 17 au 21 mars, qui sera accessible pour les visiteurs des deux salons, avec la complicité de Pascal Bastian (1 étoile à L'Auberge du Cheval blanc à Lembach).

FLORA-LYSE MBELLA

En bref

Michelin : les nouveaux promus des Bib Gourmand



La sixième édition du guide des Bonnes Petites Tables édité par Michelin est en vente depuis le 1^{er} février au prix de 17,90 €. Elle réunit tous les restaurants

qui recevront la distinction Bib Gourmand dans le guide *Michelin France 2012*, dont la sélection sera annoncée le lundi 27 février. Elle distingue 124 nouvelles adresses à moins de 29 € en province et de 35 € à Paris, pour un total de 630 établissements.



Retrouvez la liste des 124 nouvelles 'bonnes

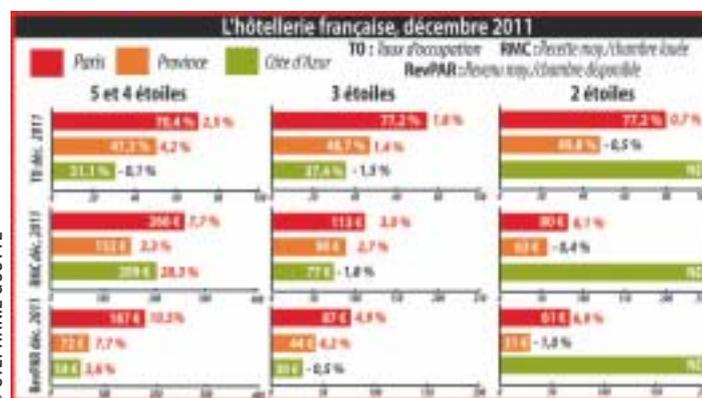
petites tables' de 2012 avec le mot-clé RTR218866 sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restaurant.fr

Les grandes agglomérations attractives

Les performances de l'hôtellerie 1 et 2 étoiles ont marqué le pas en décembre, alors que le marché 3 étoiles est resté très contrasté selon les destinations et que la tendance haussière s'est poursuivie pour les 4 étoiles.

Baromètre Deloitte : 2011 s'achève sur un mois de décembre mitigé

Le bilan de l'année 2011 est positif pour l'hôtellerie française, note le cabinet Deloitte dans sa note de conjoncture mensuelle : le chiffre d'affaires hébergement est en croissance pour toutes les catégories et le phénomène est relativement homogène sur le territoire. Néanmoins, en décembre 2011, l'hôtellerie économique et 2 étoiles ont marqué le pas. Quelques agglomérations ont échappé à cette tendance générale : Paris, Avignon, Le Havre, Montpellier et Strasbourg ont ainsi vu leur RevPAR progresser de plus de 5 %. Le recul de la fréquentation a été plus général sur le marché 3 étoiles, se cumulant parfois avec une diminution de la recette moyenne par chambre. En revanche, en catégorie 4 étoiles, les indicateurs sont restés au vert pour la majorité des destinations. Sur l'ensemble de l'année 2011, les établissements 1 et 2 étoiles ont enregistré



© STEPHANIE GOITTE

des croissances moins fortes que les années précédentes, mais ils avaient été épargnés par la crise, contrairement aux hôtels milieu et haut de gamme, plus durement touchés. Le marché 3 étoiles a lui été soutenu par une légère reprise économique et par un calendrier événementiel bien rempli. Le retour de la demande individuelle d'affaires et un marché Mice (congrès et séminaires) actif ont généré une hausse du chiffre d'affaires hébergement sur la majorité

des destinations. Les progressions de RevPAR résultent d'une augmentation conjointe des taux d'occupation et des prix moyens.

LE MARCHÉ 4 ÉTOILES PROGRESSE

Enfin, l'hôtellerie 4 étoiles, qui a traversé depuis 2007 une période de turbulences, a enregistré en 2011 une deuxième année de progression de son RevPAR. Paris, la Côte d'Azur et plusieurs agglomérations (Avignon, Bordeaux, Toulouse) enregistrent même des croissances supérieures à 10 %. Les grandes agglomérations confirment ainsi leur attractivité sur un plan international. Signe révélateur, le trafic aérien international est en progression dans de nombreux aéroports : Bordeaux (+ 15 %), Nantes (+ 20 %), Nice (+ 10 %), ou Paris (+ 5 %).

13^e édition du salon

La restauration rapide et la vente à emporter seront à l'honneur les 15 et 16 février prochains au parc des expositions de Paris porte de Versailles, avec les salons Sandwich & Snack Show et Parizza.

L'innovation au cœur du Sandwich & Snack Show 2012

Pour sa 13^e édition, les 15 et 16 février prochains, le salon Sandwich & Snack Show apportera une fois encore toutes les solutions aux attentes des professionnels. Innovations est le maître-mot du salon cette année, selon **Corinne Ménégau**, directrice de la division hôtellerie-restauration de Reed Expositions France, l'organisateur

du salon. Tendances en décoration, emballages, boissons, nutrition, l'inspiration nomade de **Thierry Marx** avec sa Baraque à snack animée par l'école de Blanquefort (33), les idées de formules 'prêtes à emporter' des chefs sur le Snacking des chefs (parrainé par **Jacques Pourcel**)... On trouvera également l'illustration de l'arrivée du

snacking dans les petits commerces grâce au savoir-faire des MOF au Laboratoire des tendances, l'espace Innovations présentera un focus sur les boissons, le pôle Franchise pour tout savoir sur les concepts et leur duplication, et bien d'autres animations encore. En parallèle, se tiendra le salon Parizza, qui viendra compléter l'offre

snacking avec de multiples conférences et un concours spécifiques à la restauration italienne.

HÉLÈNE BINET

Sandwich & Snack Show 2012

Paris porte de Versailles (hall 4)
15 février 2012 de 9 h 30 à 19 heures
16 février 2012 de 9 h 30 à 18 heures

L'union fait la force

La Roche-sur-Yon (85) L'objectif de Joël Giraudeau, président du syndicat départemental, reste invariablement "le service à l'adhérent et la proximité de dialogue".

Salle comble pour l'assemblée générale de l'Umih Vendée



De g. à d., au premier plan : **Philippe Villalon**, **Roland Hégu**y et **Joël Giraudeau** lors de la séance plénière.

C'est une bonne assemblée générale", convenait un professionnel, qui assistait, lundi 6 février, à la réunion annuelle de l'Umih Vendée, qui a fait salle comble dans les locaux de la CCI, malgré la neige et les difficultés de transport. L'objectif de **Joël Giraudeau**, président du syndicat départemental, reste invariablement "le service à l'adhérent et la proximité de dialogue". Chez les restaurateurs, plusieurs dossiers ont été détaillés sous la conduite de **Philippe Villalon**, président national des restaurateurs de l'Umih et chef de file départemental de la restauration : la TVA, l'amendement Siré et le titre de Maître restaurateur. Le patron de la brasserie Le Clémenceau a appelé tous les restaurateurs indépendants à s'engager dans ce label qui est, à ses yeux, "un bien pour votre savoir-faire et votre établissement, pour aujourd'hui et pour demain".

Chez les hôteliers, c'est la sécurité incendie qui a été le plus longuement évoquée avec la participation du commandant **Lalo** du SDIS. Pot de terre contre pot de fer ? Le responsable des sapeurs-pompiers reconnaît les difficultés économiques du secteur, tout en rappelant "qu'il faut deux minutes à un feu de cendrier pour se transformer en feu de chambre..." Quant au nouveau classement hôtelier, les indépendants

s'y mettent doucement avec un rush prévisible juste avant la saison. Sur les 227 hôtels recensés dans le département, 32 ont franchi le cap. Pas assez, constatent les dirigeants syndicaux qui, là aussi, estiment qu'un mouvement de groupe doit s'enclencher. **Valérie Judel**, directrice générale de HRC Santé et Prévoyance, s'était déplacée pour faire le point sur la mutuelle obligatoire et en rappeler le calendrier. Parmi les dernières avancées, "il n'y aura pas de hausses de cotisation" et les saisonniers qui retravaillent sur une période courte après l'arrêt d'un contrat ne perdront la portabilité qui leur était accordée. Le forfait maternité devient aussi forfait naissance. Ainsi, les pères de famille qui travaillent dans la branche peuvent désormais toucher une prime de 242,48 € à la naissance ou l'adoption de leur enfant si l'entreprise cotise à l'organisme. **Roland Hégu**y, président confédéral de l'Umih, avait également répondu à l'invitation de Joël Giraudeau. Dans son discours, la volonté de rappeler que ce sont bien les départements qui forment le ciment de l'organisation patronale et que la rue d'Anjou se bat jour après jour pour défendre leurs convictions, leur travail, l'entreprise et l'emploi... L'union fait la force, dans un contexte sensible politiquement et compliqué économiquement. **SY. S.**

En bref

Teo Chiaravalloti représentera la Suisse au Bocuse d'or

La sélection helvétique du Bocuse d'or a eu lieu dans le cadre du Sirha Genève. **Teo Chiaravalloti** (notre photo), le sous-chef de l'hôtel Villa Principe Leopoldo (Lugano), a remporté l'épreuve et se rendra donc au Bocuse d'or Europe, le 21 mars 2012, à Bruxelles. Les 4 finalistes ont disposé de cinq heures pour réaliser deux plats : l'un à base de soles, l'autre de poulets fermiers, préparés et servis pour 14 personnes, avec chacun 3 garnitures libres. Ces thèmes sont les mêmes que pour le Bocuse d'or Europe.



Franck Giovannini, meilleur cuisinier de Suisse et Bocuse de bronze 2007, président du jury dégustation, a déclaré, à

propos de cette belle finale : "Le résultat était très serré. J'ai été candidat, et j'ai conscience que ce salon est une vraie chance. Ici, nous sommes, dans les vraies conditions du concours. Les boxes sont les mêmes, le contexte est le même, c'est un plus certain pour les candidats." **F. T.**



16°, 2° et -18° !

PRENEZ LES 3 !

ambiant, frais, surgelé
DANS UN MÊME CAMION
SANS VOUS DÉPLACER

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

RCS Créteil 433 827 332

N°Azur 0 811 65 65 88
PRIX APPEL LOCAL

TRANS GOURMET
Engagé à vos côtés

www.transgourmet.fr

Restauration

Pour sa première participation à une compétition

Madrid (Espagne) Représentant la France, la chef pâtissier du restaurant du Four Seasons George V à Paris a fait la plus grande impression lors du concours du dessert de restaurant, qui vient de se dérouler dans la capitale espagnole pendant Madrid Fusion.

Iris Lau remporte le Trophée C3 Valrhona

Les femmes prennent leur place en cuisine et visiblement aussi en pâtisserie. Sur les six candidats finalistes, on compte trois femmes, qui trustent les trois premières places. Native de Hong-Kong, la lauréate **Iris Lau** vient de passer sept ans en France pour apprendre son métier. Elle travaille aux côtés d'**Éric Briffard** au Four Seasons George V à Paris (VIII^e) et succède sur le podium à une autre femme, **Marike Van Beurden**, membre du jury travail de cette nouvelle édition et aujourd'hui chef pâtissier du Caprice, restaurant du Four Seasons Hong-Kong. Comme ses homologues, Iris Lau - qui participait à Madrid à son premier



De gauche à droite : **Jacques Pourcel**, **Sally Camacho**, la lauréate **Iris Lau**, **Kanako Sakakura** et **Rasmus Kofoed**, Bocuse d'or 2011, président du jury.



La mignardise Nova d'Iris Lau.



La Supernova d'Iris Lau.

concours - a testé la grande nouveauté du trophée C3 : réaliser une mignardise en plus du dessert à l'assiette. Trois heures et demie pour envoyer le dessert et, une heure plus tard, un plateau de mignardises (20 identiques).

PRISE DE RISQUE ET IMAGINATION

Les deux préparations ont le même poids dans les notations. Seul impératif, utiliser le chocolat P125 cœur de guanaja

Valrhona. Les candidats sont prévenus : l'originalité est essentielle et fait partie des critères de notation, que ce soit dans la présentation, les textures ou la combinaison des goûts. Les membres du jury doivent noter la prise de risque dans l'association des ingrédients. Les professionnels sont là pour s'exprimer, laisser parler leur imagination. Ils ont bien compris le message.

Sur scène, avec les membres du jury, **Frédéric Bau**, directeur de la création Valrhona, et **Yann Duytsch** (Dolçe à Barcelone) mènent le show. On suit le travail des candidats sur écran géant et l'envoi en direct des 12 plats. Iris Lau a impressionné avec sa Supernova : dessert vertical (base crémeuse intense, centre croustillant-glacé, haut coulant croquant), mariage chocolat-poivre et soupçon de gingembre. La mignardise, baptisée Nova, était une déclinaison du dessert à l'assiette. Cette jeune professionnelle accomplie remporte



De gauche à droite : **Jean-Luc Grisot**, p.-d.g. de Valrhona, **Iris Lau**, **Jacques Pourcel** et **Frédéric Bau** lors de la remise du trophée C3 et du chèque de 5 000 euros.

un chèque de 5 000 € et une belle médiatisation. La candidate japonaise, **Kanako Sakakura**, de La Grande Table de Kitamura à Nagoya, arrive à la deuxième place, suivie de la pâtissière représentant les États-Unis, **Sally Camacho**, WP24 Restaurant au sein du Ritz Carlton Hotel à Los Angeles. Le concours C3, le seul qui s'adresse aux pâtissiers de restaurant, n'en est qu'à sa troisième édition. Soixante candidats ont rêvé d'aller à Madrid. Les places seront sûrement encore plus chères la prochaine fois. **NADINE LEMOINE**

LE JURY

Rasmus Kofoed (président) Bocuse d'or 2011, Geranium à Copenhague (Danemark), **Jacques Pourcel**, Jardin des sens à Montpellier, **Gennaro Esposito**, Torre del Sarcino à Vico Equence (Italie), **Oriol Balaguer**, Oriol Balaguer à Barcelone (Espagne), **Eric Bertoia**, chef pâtissier corporate du groupe Daniel Boulud, **Markus Bohr**, chef pâtissier exécutif Harrods à Londres (Grande-Bretagne), **Gaël Etrillard**, chef pâtissier exécutif Raffles Hotel Singapour.

L'équipe technique Valrhona, sous la houlette d'**Antoine Viollette**, directeur des écoles et pâtisseries : **Thierry Bridron**, école du Grand Chocolat Valrhona Paris, **Philippe Givre**, École du Grand Chocolat Valrhona Tain-l'Hermitage, **Javier Guilen** et **Andrew Gravett**.

Ouverture prévue en mars Dernière ligne droite pour le Klim & Co

Après six années passées au Park Hôtel, à Perpignan, **Alexandre Klimenko** s'apprête à vivre l'aventure la plus excitante de sa carrière. Ancien complice de **Gilles Goujon** à L'Auberge du vieux puits de Fonjoncouse (11), il prendra possession dans quelques semaines des cuisines d'un restaurant panoramique encore en construction. "À l'origine, la municipalité de Leucate souhaitait réhabiliter un bâtiment sur la falaise, face à la mer. Le projet d'**Éric Raffy**, qui a notamment travaillé pour **Michel Bras**, a été retenu. Comme mon approche du restaurant à réaliser sur place les avait convaincus,

j'ai intégré cette opération..." Les travaux ont débuté fin août 2010 et s'achèveront en mars prochain pour une ouverture, juste avant Pâques, du futur Klim & Co. Un restaurant de 50 couverts qu'**Alexandre Klimenko**, étoilé en 2009 animera notamment avec **Stéphanie**, son épouse. "C'est une chance extraordinaire d'ouvrir son premier restaurant dans un tel endroit." Le futur propriétaire du fonds



de commerce investira dans le matériel de cuisine, l'équipement et la décoration de la salle. La mairie - qui a pris en charge la réhabilitation du bâtiment et la construction des locaux supplémentaires - mettra l'ensemble à sa disposition. "Financièrement, cela constitue deux belles enveloppes", reconnaît **Alexandre Klimenko** sans donner plus de détails. **JEAN BERNARD**

Stéphanie et **Alexandre Klimenko** suivent de près le chantier de leur futur restaurant.

Dans un cadre épuré et contemporain

Lyon (II^e) C'est un lieu convivial et séduisant qui a ouvert au premier étage du restaurant Rue Le Bec.

Avec Ma cuisine, Nicolas Le Bec se met à table

Il y avait l'envie de retrouver le plaisir de cuisiner. Je pense que le temps des grosses brigades ne sera plus possible partout et que l'avenir est de travailler en petit comité en recréant un petit chez soi", confie **Nicolas Le Bec**. Depuis le 24 janvier, au premier étage de son restaurant Rue Le Bec, un nouvel espace s'offre aux gourmets. Son nom dit tout : Ma cuisine. Un nouveau lieu ouvert par le chef - doublement étoilé *Michelin* en 2007 - qui sera en cuisine pour les clients choisissant l'option gastronomique alors que le restaurant du rez-de-chaussée reste dans l'esprit brasserie.

UN LIEU PRIVATISABLE

Le cadre ? Chaleureux, épuré et contemporain, il peut accueillir une vingtaine de convives au déjeuner et au dîner du mardi au samedi. Le lieu propose un menu unique à 58 € le midi et à 128 € le soir. Avec la possibilité



La salle de Ma cuisine peut accueillir une vingtaine de convives.

de déguster à la table du chef : deux à huit clients peuvent y prendre place et disposer d'une vue imprenable sur la cuisine...

"Le projet était là au départ [Rue Le

Bec a ouvert ses portes en septembre 2009, NDLR], mais il n'était alors pas possible de tout mettre en place", ajoute Nicolas Le Bec qui n'a pas hésité à investir 400 000 € pour concrétiser son

idée. Il a fait appel à ses artisans locaux habituels mais aussi à un menuisier vosgien pour l'agencement et à Athanor pour la conception du fourneau, où il est donc seul.

Sa priorité ? "Faire du bon avec des produits frais", résume-t-il. À l'évocation d'une étoile *Michelin* à reconquérir, il n'élué pas la question. "Ce sera au guide de faire son choix", lâche-t-il dans un sourire. On retrouve la 'patte culinaire' de ce surdoué, qui accepte pourtant volontiers d'abandonner la cuisine à ses clients : le lieu est privatisable et plusieurs chefs d'entreprise se sont déjà déclarés intéressés. Pour l'heure, il s'agit de le faire connaître et aucun objectif de résultat n'a été fixé. "Tout sera fonction des réservations", conclut le chef.

JEAN-FRANÇOIS MESPLÈDE

Restaurant Ma cuisine • 43 quai Rambaud • 69002 Lyon • Tél. : 04 78 92 89 89 • www.nicolaslebec.com

Un modèle duplicable

Les Pennes-Mirabeau (13) Quand un chef étoilé - Lionel Lévy - et le propriétaire du plus grand magasin bio du département - Emmanuel Dufour - se rencontrent, cela donne une cantine conviviale aux menus attractifs.

Marcel à Table, la cafet' bio à la mode



Emmanuel Dufour, propriétaire, et **Lionel Lévy**, chef consultant, veulent sortir le bio de son image parfois austère.

Avec son restaurant marseillais Une Table, au Sud, on connaissait un **Lionel Lévy** locavore. Avec Marcel à Table, qui vient d'ouvrir à Plan-de-Campagne, on le découvre spécialiste du bio. Il signe la carte avec **Cédric Méry**, son ex-second, promu chef et directeur. Le résultat s'appuie sur la règle des '3 B' : bon, bio et bon marché. Pour le bon, ils proposent des plats traditionnels revisités comme la daube provençale, le tendron de veau, le parmentier de volaille ou les lasagnes de taureau. Mais aussi les crumbles de saumon ou la tarte

au citron à l'envers... issus de la carte d'Une Table, au Sud et de son savoir-faire gastronomique. Le tout est préparé le matin pour le midi, avec des produits locaux et de saison, pour un ticket moyen de 15 € (plat et dessert) ou 18 € (entrée, plat, dessert).

Les clients choisissent au comptoir et emportent eux-mêmes leur plateau. Le tout dans un cadre de "cantine conviviale", (80 places) avec mur d'images des fournisseurs, plancher en bambou, grandes tables en bois et chaises d'écoliers. On est pourtant au cœur de la plus grande zone commerciale de France, dans un entrepôt qui abrite aussi un magasin bio (Marcel et fils) de 1 000 m². Pour **Emmanuel Dufour**, le propriétaire des lieux, "il s'agit de tester ce concept magasin + cafétéria avant de le dupliquer ailleurs". Pourquoi pas à Saint-Raphaël où il ouvre bientôt une 3^e adresse ? Une manière de jouer la synergie entre la vente de produits et la restauration. Et de "sortir la gastronomie bio de la réserve d'Indiens où elle se trouve".

DOMINIQUE FONSÈQUE-NATHAN

Marcel à Table • Zone d'activité de Plan-de-Campagne • Avenue Étienne Rabattu • 13170 Les Pennes-Mirabeau • Tél. : 04 42 77 27 40 • www.marceletfils.com

"Correspondre à ma clientèle"

Paris (XI^e) Une cuisine de marché : rien ne définit plus simplement le restaurant Guillaume, d'après le prénom de son propriétaire, Guillaume Poupard. L'établissement, situé rue du Faubourg Saint-Antoine à Paris, s'est fondu dans son quartier.

Au restaurant Guillaume, le marché rassure

Guillaume Poupard n'en est pas à sa première incursion dans ce coin du XI^e arrondissement de Paris. Situé à deux pas de son premier établissement, Miel et Paprika, le restaurant Guillaume propose une cuisine adaptée au quartier. Pour cet ancien élève de l'école hôtelière du Havre, il était important de modifier l'image du restaurant qui occupait les lieux auparavant, Les Parisiennes, qui appartenait à l'acteur **Édouard Baer**. "Je voulais proposer quelque chose de neuf. J'ai tout redécoré, j'ai cassé la façade. L'ancien restaurant était trop sombre et je souhaitais apporter un maximum de lumière, pour que mes clients puissent voir leurs plats avant de les savourer", explique-t-il. Il continue d'offrir au Miel et Paprika, mais il a confié les fourneaux de Guillaume à son comparse **Rodolphe Guénard**, avec lequel il travaille depuis dix-sept ans.

"DISCUTER AVEC LES GENS DU QUARTIER"

"Quand j'ai ouvert Miel et Paprika, je proposais une restauration un peu trop haut de gamme par rapport à ce quartier encore relativement populaire, j'ai dû modifier ma carte afin de correspondre à



Guillaume Poupard et son complice **Rodolphe Guénard**.

la clientèle. Pour Guillaume, j'avais une idée assez précise de ce que je souhaitais faire : une cuisine de marché. Étant à proximité du marché d'Aligre - dans le XII^e arrondissement -, c'est là que je me fournis, cela me permet de discuter avec les gens du quartier, les commerçants. Ainsi j'ai pu me faire connaître auprès d'une clientèle de proximité." Un menu à 14 €, changeant tous les mois, est proposé le midi, alors que la carte décline cinq entrées, cinq plats et cinq desserts.

A. J. A.

Restaurant Guillaume • 243 rue du Faubourg-Saint-Antoine • 75011 Paris • Tél. : 01 43 73 37 58

Les Américains débarquent à Paris

Dans leurs petites ou grandes adresses, ces chefs cultivent l'éclectisme et la gourmandise. Touristes et Parisiens en redemandent.

À Paris, parmi les chefs américains, il y a ceux qui voient les choses en petit, mais en gai, coloré et décomplexé... Avec son Bob's Juice Bar (X^e), le décontracté **Marc Grossman** fut le pionnier en matière de bar à jus, à salades et à muffins qui fait le plein entre midi et deux. Fort de son succès, il ouvre Bob's Kitchen (III^e), où plats végétariens, makis et smoothies rivalisent de couleur dans une petite adresse pleine de pep's. Depuis quelques mois, l'équipe de Rice and Fish (II^e), qui s'était illustrée dans la confection de makis surprenants, propose désormais tacos et burritos dans une ambiance mexicaine décalée. Le lieu - dont le nom a été changé en Rice and Beans - n'en finit pas d'amuser la clientèle du quartier. Venue à Paris pour une formation à l'École Ferrandi, la chef californienne **Kristin Frederik**, dite Chef Kristin, attire les foules dans différents coins de Paris avec son Camion qui fume et ses burgers inspirés. Bref, autant d'adresses que de concepts nouveaux et bien huilés qui séduisent aussitôt les Parisiens.

RÉPERTOIRE CLASSIQUE FRANÇAIS...

Et il y a ceux qui voient les choses en grand, même si ce n'est pas faute d'avoir commencé petit... En 2006, **Daniel Rose** ouvrait dans le IX^e une première version de Spring comptant 16 places dans une micro pièce-cuisine. En 2010, il déménage dans une grande et vieille maison du I^{er} arrondissement. Après une année de travaux, Spring ouvre sur trois niveaux et autant de propositions. Au restaurant du rez-de-chaussée, place à l'expression du répertoire classique français, que le chef étudie depuis ses



La salle du restaurant Verjus face au Théâtre du Palais-Royal (1^{er}).

débuts. Daniel Rose suit à la lettre les recettes de veau orloff ou de sauce paloise du guide d'Escoffier, convaincu que "les recettes de cuisine classique bien faites apparaissent modernes". Dans les caves voûtées, c'est le bar qui se prête à la dégustation de vins, de fromages et de charcuteries. Et à quelques mètres de là, l'épicerie-cave toujours sous l'enseigne Spring propose des produits du terroir français et d'ailleurs.

... OU NOUVELLE CUISINE AMÉRICAINE

Quittant Seattle pour Paris en 2007, **Laura Adrian** et **Braden Perkins** s'inspirent des restaurants clandestins qui ouvrent à Seattle à l'époque pour créer Headden Kitchen. Une fois par mois dans leur appartement, ils préparent un dîner pour 16 convives. Malgré le rythme qui passe à deux dîners par semaine, la demande de plus en plus forte provoque jusqu'à trois mois d'attente. Cuisine professionnelle et réseau d'approvisionnement de linge et de vaisselle deviennent nécessaires, le couple envisage un restaurant 'officiel'. Verjus (I^{er}) ouvre ses portes à l'automne dernier, à mi-distance entre l'Anglais Willi's Wine Bar et l'Écossais Juvenile's, "la mafia anglo-saxonne du

Coup d'œil et de fourchette

par Caroline Mignot



quartier", plaisante Laura Adrian. Travaillant en collaboration avec le caviste de La Dernière Goutte (VI^e), elle est présente au bar à vins du sous-sol et Braden Perkins, autodidacte et fou de cuisine, se consacre aux tapas du bar et aux 32 couverts du restaurant à l'étage. Leur clientèle ? Des Américains vivant à Paris, des touristes, des Parisiens, ces derniers découvrant avec surprise cette 'nouvelle' cuisine américaine, tournée vers les produits d'ailleurs, les compositions audacieuses et raffinées, comme le montrent les intitulés à la carte : Aubergines fumées, betterave, crème fraîche, ponzu, carvi en entrée et Cochon basque grillé, gnocchi de semoline (semoule), pajori, labne à la pomme en plat.

Festival international de gastronomie

Chatel (73) Pendant trois jours, 16 chefs franco-suisses des stations de ski des Portes du soleil et des rives du lac Léman, se sont affrontés lors de ce concours centré sur les produits du terroir.

2^e édition des Neiges étoilées : l'événement prend de l'ampleur

Deux thèmes départageaient les candidats, du 25 au 27 janvier, lors de la 2^e édition du concours Les Neiges étoilées, festival international de la gastronomie : soit la lotte du lac Léman et le soufflé au fromage d'Abondance AOC, soit le filet de bœuf race Abondance et le matafan. Le parrain de cette seconde édition, **Régis Marcon**, également président du jury du concours des chefs, ne cachait pas sa satisfaction : "Le nombre de participants a augmenté de 25 % depuis l'an dernier, preuve que ce genre de manifestation, qui met en valeur les chefs locaux, a de l'importance pour eux. Cela donne du souffle à ces jeunes chefs, isolés dans leur maison." "Notre rôle est d'avoir

du respect pour les candidats ; la finalité du concours, c'est le goût et l'émotion", ajoute **Claude Legras**, MOF, chef étoilé en Suisse, également membre du jury. La participation est en hausse : "Nous avons impliqué le grand public avec des démonstrations de cuisine, des animations œnologiques, des conférences, des dédicaces", se félicite **Jean-François Vuarant** de l'office de tourisme de Châtel. **FLEUR TARI**



De gauche à droite : **Nicolas Rubin**, maire de Châtel ; **Delphine Anthonioz**, La Déz'alpe à Morzine ; **Benjamin Ansart**, Le Lavinia à Genève ; **Claude Legras** ; **Cédric Plassat**, Port Séchex à Margencel ; **Régis Marcon** ; **Sébastien Selle**, La Table d'Antoine à Châtel ; **Jean-Pierre Vesin**, président de Châtel Tourisme.

LE PODIUM

■ Thème soufflé fromage d'Abondance et lotte du lac Léman
1^{er} : **Cédric Plassat**, Port Séchex, Margencel ; 2^e : **Benjamin Ansart**, le

Lavinia, Genève ;
3^{es} ex aequo : **Sébastien Selle**, La table d'Antoine, Châtel et **Delphine Anthonioz**, la Dez'Alp, Morzine

■ Thème filet de bœuf et matafan

1^{er} : **Jérémy Olliver**, Atelier Gourmand, Champéry (Suisse) ;
2^e : **Sébastien Trincas**, Hôtel Les Cornettes, La Chapelle-d'Abondance ; 3^e : **Damien Hautin**, Le Vieux Four, Châtel

“Un accord gagnant-gagnant”

Le restaurant à burgers de Cédric Moulot a ouvert en juillet dernier à Strasbourg. Son succès immédiat a éveillé la curiosité et l'envie du groupe Flam's d'Éric Senet et Franck Riehm. Les deux groupes ont signé : la franchise est sur les rails.

Le 231 East Street : une franche réussite

Le 231 East Street a ouvert ses portes début juillet. ‘Finest burger ever’ [‘Meilleur burger de tous les temps’, NDLR], le ton est donné par le slogan. Décor pop, musique au diapason des années 1960 en version américaine, nom en clin d’œil au premier atelier new-yorkais d’Andy Warhol : l’environnement est soigné. Des ingrédients frais, des pains travaillés, la cuisson de la viande au choix ainsi que les sauces, l’obligation du fait maison, y compris pour les frites : le produit se veut au top et à peine plus cher que celui de ses concurrents. Le Strasbourgeois **Cédric Moulot**, déjà propriétaire de trois restaurants variés, a frappé fort. Il a surtout vu juste avec 300 sandwiches fabriqués par jour : la clientèle est là. Et la nomination aux palmes du Leader’s Club marque aussi le bon accueil de la profession.

DES SAVOIR-FAIRE COMPLÉMENTAIRES

Justement, depuis quelques années, **Franck Riehm**, cofondateur du groupe Flam’s, répète à son associé **Éric Senet** qu’il serait judicieux de lancer une



La salle du 231, très branchée Pop Art.

franchise de burgers, après les tartes flambées (Flam’s), les pâtes (Nooi) et la cuisine au wok (Wazawok). “Les choses se sont faites très naturellement”, reprennent en chœur Cédric Moulot et Éric Senet.

La nouvelle société de développement est partagée équitablement entre les deux entités. La force du groupe Flam’s et son savoir-faire en matière de franchises et de gestion d’un réseau sont combinés à l’expérience de Cédric Moulot pour ce produit, très particulier,

qu’est le burger. “C’est un accord gagnant-gagnant, explique Éric Senet. Nous serons les premiers à sortir un produit vraiment différent sur ce marché du burger, à l’échelle nationale. Et pour Cédric Moulot, bâtir une franchise aurait été bien plus difficile seul. Nous avons réduit les risques.”

Pour Cédric Moulot, c’est aussi un projet de longue

date qui se réalise: “J’ai toujours voulu implanter plusieurs enseignes comme ça. J’avais eu une petite expérience dans le domaine en sortant de l’école hôtelière mais je n’avais que 19 ans, on ne me prenait pas au sérieux. Dans cette affaire, réglée très vite, le groupe Flam’s m’a fait une belle proposition. Je ne pouvais pas refuser.”

“NOUS ADAPTER”

En 2012, il y aura deux étapes pour la nouvelle franchise. Tout d’abord, le 231 East Street sera présent au salon de la franchise à Paris. La seconde, c’est

l’ouverture “de deux à trois restaurants. En 2013, de 5 à 10 puis d’une trentaine au maximum en 2014. Il faut voir l’évolution et nous adapter”, détaille Éric Senet. Le développement est prévu en France, puis en Europe, voire plus loin. Le droit d’entrée sera de 15 000 €, assorti d’une formation à 3 000 €, puis d’une redevance annuelle de 5 % du chiffre d’affaires. Par la suite, Éric Senet attend surtout... de la concurrence : “Je ne connais rien de plus stimulant.” En particulier quand on a dégainé le premier.

FLORA-LYSE MBELLA

www.231-east.fr

Le burger est préparé à la demande, la cuisson du steak est au choix.



En bref

Le bénéfice net de McDonald's grimpe de 11 %

La chaîne américaine de restauration rapide McDonald's a annoncé un bénéfice net en hausse de 11 % pour l'année 2011 dans son ensemble, résultat qui, comme pour le quatrième trimestre, dépasse légèrement les attentes du marché. Le bénéfice net atteint 5,5 milliards de dollars pour 2011 (4,2 milliards d'euros environ), soit 5,27 \$ (4 €) par action alors que le marché prévoyait en moyenne 5,24 \$ (3,99 €). Le chiffre d'affaires a lui progressé de 12 % sur l'ensemble de l'année pour



atteindre 27 milliards de dollars, une croissance ressentie dans toutes les régions du monde.

En 2011, McDonald's a accru “sa rentabilité et ses parts de marché en consolidant sa position de leader dans le monde”, s’est félicité le directeur général du groupe **Jim Skinner**, cité dans un communiqué. “En 2012, nous prévoyons d’investir environ 2,9 milliards de dollars [environ 2,2 milliards d’euros, NDLR] dont la moitié dédiée à l’ouverture de plus de 1 300 nouveaux restaurants et l’autre à la rénovation de nos sites existants”, a-t-il poursuivi. Ces ajouts se feront surtout au Japon et en

Amérique latine. La chaîne comptera ainsi plus de 33 500 établissements à travers le monde.

KFC VA S'IMPLANTER À CHARTRES

L’enseigne américaine KFC doit ouvrir avant l’été son premier établissement à Chartres (28) en sortie de la ville en direction d’Orléans et juste à côté de l’enseigne McDonald’s. Le groupe, qui recherche 70 personnes pour tenir ce point de vente, a décidé de doubler ses implantations françaises pour atteindre 260 restaurants en 2016. Jusqu’à présent, deux KFC seulement étaient implantés en Touraine.

Idées à emporter...

Votre badge gratuit sur www.sandwichshows.com

SANDWICH & SNACK SHOW

15 - 16 FÉVRIER 2012
FEBRUARY 2012

Paris Porte de Versailles / Hall 4

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

LE SNACKING DES CHEFS

LE CARNET DE TENDANCES EXCLUSIF

LE PARCOURS INNOVATIONS

LA SANDWICH & SNACK SHOW ACADEMY

LE LABORATOIRE

LES CONFÉRENCES

PARIZZA
PIZZA - PASTA - ITALIAN FOOD SHOW

Le rendez-vous des professionnels du snacking et de la restauration à l'italienne

www.parizza.com

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

Découvrez aussi

Organisé par Reed Expositions

Hôtellerie

À la reconquête du marché hexagonal

Conforté par de très bons résultats, Olivier Cohn, directeur général de Best Western France, affiche sa nouvelle stratégie : accroître la visibilité du réseau et de son parc rénové d'hôtels design auprès de la clientèle française.

Best Western soigne sa notoriété

Best Western "a vécu une année record", estime **Olivier Cohn**, directeur général de l'enseigne pour la France. Il annonce l'intention de celle-ci de déployer une nouvelle stratégie pour 2012, effective jusqu'en 2015. Son mot d'ordre : la reconquête du marché hexagonal. En effet, le réseau d'hôtels indépendants au patronyme américain, dont la clientèle est à 71% étrangère, souhaite se refaire une notoriété auprès des Français. Une tactique qui vise notamment la clientèle d'affaires, en jouant sur leur double identité d'hôtels indépendants rénovés et de très grand confort. Ce qu'illustre la nouvelle marque Best Western Premier lancée au mois de juillet. Dotée d'un nouveau slogan - "hôtels au singulier" -, le réseau est paré pour 2012. Les résultats 2011 de Best Western, qui figure parmi les 10 premières chaînes hôtelières au plan international, ont été excellents. Ses 313 unités françaises ont réalisé via leur centrale de réservation un chiffre d'affaires de 48,1 M€, en progression de 8,7 % par rapport à l'an dernier. La centrale a enregistré 391 000 nuitées supplémentaires (+ 4,64 %) par rapport à 2010 avec un prix moyen de 100,98 € (+ 2,9 %) et un taux d'occupation de 67,52 % (+ 4,95 %). "Nous avons un ROI [Return on Investment, ou retour sur investissement, NDLR] de 8 € pour tout euro investi", déclare **Gérard Claudel**,

HÔTELS AU SINGULIER



président du réseau France. "L'objectif étant de réaliser un ROI à 10", ajoute **Olivier Cohn**.

AUGMENTER L'UTILISATION DU SITE MOBILE

Pour atteindre cet objectif, la chaîne mise sur ses nouveaux outils, dont elle espère accentuer le déploiement en 2012. "Aujourd'hui, alors que nous réalisons 53 % de notre chiffre d'affaires centralisé sur internet, note **Olivier Cohn**, avec une progression de 13,5 % par rapport à 2010, le site mobile n'en est qu'à 32 000 € de chiffre d'affaires et l'application iPhone à 23 000 € (contre 3,6 M\$ - soit environ 27,4 M€ - de CA aux États-Unis). Nous avons pour objectif de réaliser 1 M€ de CA sur les mobiles grâce à nos applications iPhone, Android et iPad - cette dernière étant en cours de réalisation. Nous prévoyons également une refonte de notre site internet mobile." Dans le même temps, Best Western déploie son nouvel outil ReservIT. Plus maniable, ce nouveau planning réunit sur un seul canal toutes les connexions auprès de tous les sites de réservations. Réalisé par Interface Technologies, il doit rendre les réservations plus faciles et plus rentables. "Nous estimons qu'avec le gain de temps réalisé, l'hôtelier gagnera 2 % de chiffre d'affaires", ajoute **Gérard Claudel**. Ce nouveau PMS sera déployé en 2012 avec pour but 140 hôtels connectés dans l'année. Parallèlement, le réseau lance une politique de

développement plus ciblé, et affine ses objectifs d'implantation des marques par destinations. En dépit de la lenteur au démarrage de Best Western Premier, le groupe s'est fixé un programme réaliste pour son déploiement en France, et se concentre sur les 10 plus grandes villes de l'Hexagone ainsi que des destinations haut de gamme en bord de mer ou à la montagne.

MIEUX SE FAIRE CONNAÎTRE

Décidé à mieux se faire connaître auprès du public français, le réseau a choisi de faire partager sa singularité au grand public et lance une opération de communication télévisuelle. Parmi les points forts valorisés par la chaîne, son indépendance, son parti-pris écologique et le développement de l'écolabel (30 hôtels sont labellisés à ce jour, 60 devraient l'être en 2012), mais aussi leur niveau de qualité. Autre axe privilégié, celui d'un classement bien identifié : obligation est faite à tous les établissements de choisir leur classification sous peine de se retrouver sans étoile dans le prochain guide. Pour son directeur général, cette stratégie devrait permettre à la chaîne de poursuivre son rythme de développement : faire rentrer 25 hôtels de plus en 2012. En 2011, le réseau a acquis 1 300 chambres supplémentaires dont 300 à Paris, et espère en conquérir 500 d'ici trois ans. Il est vrai que le réseau devait se renforcer pour compenser la perte des chambres avec le départ du groupe Astotel.

ÉVELYNE DE BAST

"Un rapport qualité-prix remarquable"

L'hôtel vient de rouvrir après deux mois et demi de travaux pour être entièrement restructuré et passer de 3 à 4 étoiles.

La seconde vie du Mercure Tours Nord

Proche de l'autoroute et de l'aéroport, le Mercure Tours-Nord (37) a rouvert ses portes le 18 janvier après plus de deux mois et demi de travaux et un investissement de 3,5 M€ (dont 400 000 € pour la cuisine). "L'établissement avait un peu vieilli après vingt ans d'activité, explique son directeur **Pascal Cordier**. Nous aurions pu passer de 3 à 4 étoiles sans travaux importants, mais nous avons préféré passer à une qualité supérieure." Les 93 chambres ont été intégralement rénovées comme les deux restaurants et les diverses salles avec un mobilier plus moderne et plus design (l'ancien a été donné à une association humanitaire). Avec ce nouvel habillage, le prix moyen est passé de 85 à 100 €. "C'est là que se situe notre développement, poursuit **Pascal Cordier** en offrant un rapport qualité-prix remarquable même si les hôtels du centre-ville de Tours ont tendance à casser les prix."

ACTEUR ÉCONOMIQUE

Le chiffre d'affaires devrait ainsi être dynamisé par la hausse du prix des chambres alors que le taux d'occupation est déjà bien orienté avec 65 % en



Pascal Cordier, directeur du Mercure Tours Nord.

moyenne annuelle. Mais **Pascal Cordier** a su faire de son hôtel un établissement qui n'attire pas simplement de nombreux groupes de tourisme ou d'affaires. Il a aussi su le transformer en acteur économique où se retrouvent régulièrement de nombreuses associations régionales grâce à une salle de 320 m². L'autre atout est gastronomique : avec ses deux restaurants, Le Pressoir et Les Vignes, le Mercure - qui a recruté un ancien de chez Bardet dans ses cuisines - assure déjà 60 000 repas annuels. **Pascal Cordier** entend encore la développer avec un projet de terrasse attractive l'été pour en faire un "maillon incontournable du tourisme régional".

JEAN-JACQUES TALPIN

Mercure Tours Nord • 11 rue de l'Aviation
• 37100 Tours • Tél. : 02 47 49 55 00
• www.mercuretours.com

Classé 3 étoiles

Le Nexhôtel vient en complément du Rex Hôtel

Un nouvel hôtel, le Nexhôtel, verra le jour en décembre prochain et contribuera à la rénovation en cours du parc hôtelier de la cité tarbaise. Hôtel bureau de 55 chambres, le Nexhôtel, dont les travaux de construction ont débuté, sera édifié dans l'ancien quartier de l'Arsenal. Les propriétaires sont déjà à la tête du Rex Hôtel, le seul 4 étoiles de la commune, en plein centre-ville. "Classé trois étoiles, le Nexhôtel s'adressera aux hommes d'affaires avec trois salles de séminaires, sans négliger pour autant les groupes via des tour-opérateurs. Il se positionne en

complément du Rex Hôtel avec un tarif de 60 à 75 € par chambre", affirme **Fabrice-Erwan Martin**, directeur d'exploitation du Rex Hôtel.

INVESTISSEMENT DE 3,8 M€

"Nous avons préféré construire un hôtel de 3 étages sur un site désaffecté au lieu de reprendre un établissement du centre-ville. L'investissement est de 3,8 M€", ajoute-t-il. Le quartier de l'Arsenal est en cours de rénovation à



Résolument moderne, le Nexhôtel ouvrira en décembre 2012.

L'initiative de la municipalité, avec la construction d'un centre des congrès et une zone de loisirs, incluant cinéma et bowling. L'architecte **Julien Camborde** a misé sur l'intégration du nouveau bâtiment dans son environnement.

BERNARD DEGIOANNI

En bref

Pluie d'étoiles sur Clermont-Ferrand

Le nouveau classement hôtelier a bousculé la donne dans l'agglomération clermontoise. Le club hôtelier enregistre une montée en gamme généralisée. Il n'y avait auparavant qu'un seul 4 étoiles, mais 4 nouveaux venus affichent désormais 4 étoiles, soit 500 chambres. "Les établissements ne vont pas modifier leurs tarifs, sauf ceux qui ont réalisé des travaux", souligne Yves Giraud, président du club hôtelier clermontois. Les 3 étoiles sont passés de 12 à 19. Du côté du bilan de l'année 2011, "nous avons retrouvé les niveaux et les volumes d'avant la crise, avec plus de difficultés pour les une et deux étoiles". Pour 2012, les projets tournent autour de l'ouverture du train à crémaillère pour accéder au puy de Dôme (inauguration le 26 mai), et la célébration des 10 ans de Vulcania. Cela doit permettre de soutenir l'activité les week-ends, car l'hôtellerie d'affaire marche bien en semaine.

P. B.

L'hôtel Baccarat de Dubaï sera réalisé par Jean-Philippe Nuel

La marque Baccarat refait parler d'elle. Starwood Capital avancerait sur trois projets en même temps, sous marque Baccarat : un hôtel à Rabat au Maroc, un autre à New York et enfin un troisième

Vous vous déplacez ? Consultez l'actualité du jour sur votre mobile



m.lhotellerie-restauration.fr

L'Hôtellerie Restauration
LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

à Dubaï. C'est l'architecte décorateur **Jean-Philippe Nuel** qui aurait été choisi pour réaliser la décoration de l'hôtel Baccarat qui sera implanté sur le complexe de luxe de la Perle de Dubaï.

4^e colloque national du spa



Du 20 au 22 mars, va se dérouler à l'hôtel Lutetia (Paris, VI^e) la 4^e édition du colloque

du spa. Durant ces trois jours, seront abordés des thèmes comme la rentabilité, le yield management, la technique du cross-selling pour une meilleure visibilité... Y seront également remis, lors d'un dîner de gala, les trophées de la clientèle, attribués aux établissements reconnus pour la qualité de leur accueil, des soins, pour leur resort spa et leur day spa. www.colloquechr.com

Une 4^e étoile pour l'hôtel Dimitile

L'hôtel Dimitile, situé sur l'île de la Réunion, vient d'obtenir sa 4^e étoile. Membre d'Executive Island Hotels & Resorts, il dispose de 18 chambres, d'un restaurant gastronomique, d'un petit centre de conférences, d'une piscine et d'un court de tennis. www.dimitile.eu

110 établissements en France

Hotels & Preference bichonne ses clients d'affaires

Avec 110 établissements en France, exclusivement en 3, 4 et 5 étoiles, le réseau de boutique-hôtels Hotels & Preference s'étend maintenant vers l'Europe de l'Est (10 nouveaux entrants), et au Canada avec un établissement, Le Saint-Sulpice, à Montréal. Très axé sur le tourisme d'affaires, le réseau cherche à s'imposer sur le créneau Mice ('meetings, incentive, conferences, exhibitions')

et multiplie les initiatives. S'appuyant sur un fichier de 5 000 entrepreneurs, Hotels & Preference divise son offre Mice et séminaires en quatre catégories : les forfaits 'études' correspondent à l'offre classique à la journée ; les forfaits essentiels comprennent hébergement et petit déjeuner. Les forfaits 'énergie' y ajoutent une activité de détente ou culturelle. Enfin, le forfait exclusif reprend

tous les avantages des autres offres et les complète d'un dîner de gala, un 'after' et un open bar.

CUMULER DES POINTS

Pour fidéliser les prescripteurs que sont les organisateurs et les assistantes de direction, Hotels & Preference crée le Club Preference. Fonctionnant sur le modèle des cartes de fidélité des

Le réseau de boutique-hôtels de luxe poursuit son développement.

compagnies aériennes, les réservations permettent de cumuler des points donnant droit à des cadeaux (dont, bien sûr, les coffret cadeaux Hotels & Preference). Toutes ces propositions se retrouvent sur les trois sites dédiés de la petite chaîne : www.coffretpreference.com, www.moncadeaupreference.com et www.meetingpreference.com.

ÉVELYNE DE BAST

Augmenter de 15 % les ventes de nuitées et de coffrets

La convention annuelle de CHC a permis de tirer un premier bilan du mariage avec Exclusive Hotels intervenu en 2011 et de donner les grands axes de développement pour les années à venir.

Châteaux & Hôtels Collection dévoile ses ambitions

La fusion de Châteaux & Hôtels Collection et d'Exclusive Hotels étaient au cœur de la convention annuelle du nouveau groupe (+ 160 hôtels) qui vient de se dérouler au Lido à Paris. Une étape cruciale dans son développement. Pour preuve, 400 des 672 maisons étaient représentées. *"Ce fut une convention fondatrice qui marque l'an I de Châteaux & Hôtels Collection après la fusion. On prend date pour l'avenir avec des engagements. En 2011 déjà, le chiffre d'affaires a progressé pour les deux enseignes"*, lance **Xavier Labrousse**, directeur général.

En 2011, Châteaux & Hôtels Collection a généré plus de 35 M€ de CA pour ses adhérents : 18,5 M€ pour CHC (+ 40 % ; 92 840 nuitées) ; 17,3 M€ pour Exclusive Hotels (+ 20 % ; 131 534 nuitées). Des chiffres en très nette progression. *"Petit à petit, nous avons créé un outil très performant, commente Laurent Plantier, directeur général d'Alain Ducasse Entreprise. Et en cette période de crise, nos membres ont fait le choix de confier encore plus de chambres à la centrale de réservation."*

"Aujourd'hui, deux systèmes de réservations - CHC et Exclusive Hotels - cohabitent." Une plateforme commune est attendue début 2013. *"Cela permet de simplifier la vie de l'hôtelier qui gère ses chambres comme il le souhaite"*, explique Xavier Labrousse. Lors de la convention, la mise en garde contre les agences de voyages en ligne est claire. **Barbara Talbot**, ex-directrice de la stratégie marketing pour Four Seasons aux États-Unis, aujourd'hui consultante, explique qu'outre-Atlantique, les solutions internet ont fait baisser les prix mais n'ont pas apporté de nouveaux clients. *"Seule la qualité peut fidéliser un client, si c'est*

un critère important pour lui car celui qui cherche toujours le prix le plus bas ne sera jamais fidélisé." Aux hôteliers de faire leur choix.

Côté outils, CHC dispose d'un site grand public (près de 3 millions de visiteurs uniques) qui devrait monter en puissance, tout comme la centrale de référencement (20 M€ d'achats pour les hôtels). Sans oublier les guides ou le tout nouveau magazine d'art de vivre *CHC*

Le Mag, tiré à 30 000 exemplaires (3 numéros par an).

Derrière ces outils, 69 collaborateurs dont 25 personnes au service commercial. Ce dernier, divisé en 3 pôles (loisirs, corporate et séminaires), cible les salons spécialisés et monte des missions de prospection de clients partout dans le monde. Les objectifs de vente 2012 sont de 250 000 nuitées et 11 000 coffrets, soit une augmentation de 15 %. Et 210 séminaires, c'est-à-dire + 100 %. Un site internet (www.seminaires-chateauxhotels.com) et un guide dédié aux séminaires sont prévus dans l'année.



Tout nouveau, *CHC Le Mag*, tiré à 30 000 exemplaires.

JUSQU'À 20 % DU CHIFFRE D'AFFAIRES

En fin d'année, un bilan du chiffre d'affaires de la centrale de réservation sera envoyé à tous les membres. *"Ils savent ainsi exactement ce que la centrale a généré pour eux et les économies que CHC leur a permis de faire"*, détaille Laurent Plantier. Le volume d'affaires apporté par la marque représente environ 20 % de l'activité des adhérents. *"Sans compter les clients qui reviennent par la suite en prenant contact directement avec l'hôtelier"*, souligne Xavier Labrousse.

Les adhérents sont-ils satisfaits ? Les résultats de l'étude réalisée par le cabinet Diffway ont été dévoilés



De gauche à droite : **Xavier Labrousse** (directeur général), **Timothée de Roux** (directeur général adjoint) et **Laurent Plantier** (directeur général d'Alain Ducasse Entreprise).

lors de la convention : 19 % des membres de CHC se disent très satisfaits, 64 % satisfaits, 15 % peu satisfaits et 2 % insatisfaits. Les critères sont multiples : rapport qualité-prix, capacité de la chaîne à apporter de la clientèle, relations avec le responsable régional, centrale de référencement, image de la marque... Les membres du directoire, Xavier Labrousse, **Timothée de Roux** et Laurent Plantier sont attentifs aux résultats. Le réseau a pris une nouvelle dimension et propose désormais de nombreux services (animations, opérations tout au long de l'année).

Lorsqu'un adhérent demande *"à quand la prochaine fusion ?"*, les dirigeants sourient. Oui, le groupe a des ambitions, mais il a le temps. L'objectif est d'atteindre en 2015 le cap des 1 000 établissements dont 200 restaurants. Le développement à l'international n'est pas la priorité. En attendant, l'heure est à l'ouverture du capital aux hôteliers. L'offre est en cours de formalisation. Pour le directoire, c'est un nouveau pas vers la participation des adhérents à la gouvernance du réseau.

NADINE LEMOINE

De l'importance des marques

En septembre dernier, le salon avait organisé une table ronde sur le thème des palaces. Il a récidivé en janvier avec une table ronde sur le thème 'faut-il penser local, global ou glocal ?' Une réflexion à laquelle participaient plusieurs hôteliers et designers.

Le salon Maison et Objet renforce ses liens avec l'hôtellerie

Avec l'arrivée de nouvelles marques dans le monde de l'hôtellerie, les lignes bougent dans le domaine du design et de la décoration. L'apparition de marques communiquant d'abord sur leur identité montre l'importance du marketing sur la vie d'une marque. Parmi les interlocuteurs présents au salon Maison et Objet - les concepteurs du Hi Hotel, **Matali Crasset** et **Patrick Elouarghi**, **Eva Ziegler** pour W Hotels, **Stephan André**, président d'Immoarts et gros franchiseur de Louvre Hotels, et **Tarik Oualalou**, du cabinet Kilospace, architecte spécialisé dans l'hôtellerie -, la marque W est celle qui offre la résonance la plus forte. *"W est une marque qui a permis de rompre avec les codes de l'hôtellerie en imposant les hôtels lifestyle"*, précise Eva Ziegler.

Starwood décline l'identité de la marque selon les pays dans lesquels sont situés ses établissements.

Pour d'autres hôteliers, la marque s'efface derrière les valeurs déclinées dans le concept. C'est le cas des Hi (Hi Hotel, Hi Matic, Hi Beach et Dar Hi) créés par deux jeunes hôteliers français et la décoratrice Matali Crasset. La 'Hi Collection' a créé une communauté de personnes qui *"partagent les mêmes valeurs : la générosité, l'autonomie, la simplicité, l'échange, le bien-être et l'innovation"*, déclare Patrick Elouarghi. Ils échangent leurs bons plans sur les restaurants, les boutiques, les sites à visiter.

"C'EST LE LIEU QUI FAIT L'HÔTEL"

Du côté des chaînes intégrées, il est



Eva Ziegler, Matali Crasset et Patrick Elouarghi, lors d'une table ronde passionnante.

en revanche plus complexe de relever le défi du 'glocal'. Stephan André connaît bien cette difficulté. Seules les chaînes non standardisées peuvent s'adapter et personnaliser un décor mettant davantage de local dans le global. *"Nous venons d'ouvrir le Kyriad de Thionville, hôtel atypique*

réalisé en partenariat avec Ligne Roset. Chez Louvre Hotels, Kyriad, marque non standardisée, est celle qui permet de créer une ambiance et un style nettement plus personnalisés", ajoute-t-il. L'architecte Tarik Oualalou, de l'agence Kilospace, qui a créé des établissements dans plusieurs pays, assure

qu'il est *"certes nécessaire de penser local mais il est urgent de ne pas trop en faire"*. Pour lui, le local est primordial : *"C'est le lieu qui fait l'hôtel. Dans tout projet, on cherche à faire ressortir la matière, la notion d'échelle et surtout de conserver au territoire cette identité"*.

ÉVELYNE DE BAST

Investissements hôteliers



Le courtier Christie + Co termine l'année 2011 avec 230 transactions hôtelières à son actif en Europe. Il estime que l'année 2012 démarre sur la même dynamique.

Christie + Co prédit une année 2012 aussi dynamique que 2011

Le marché de l'investissement hôtelier a fini l'année 2011 sur une bonne note, en France, avec un volume des transactions de 1,8 milliard d'euros, comme en Europe, avec 8 milliards d'euros. Pour le courtier Christie + Co, ce marché s'est divisé en deux segments en 2011 : les biens emblématiques, en 4 ou 5 étoiles, dont les montants dépassaient souvent la seule logique économique, comme ce fut le cas du Marriott Champs-Élysées (3 M€ la clé), ou du Costes K (800 000 € la clé), et les portefeuilles d'actifs tels les six Novotel Suitehotel, les 33 Campanile de Louvre Hôtels ou encore 16 autres actifs d'Accor qui ont représenté un tiers des cessions.



Barbara Levi (Crédit Agricole), Gaël Le Lay (Axa Real Estate), Thibaut Lenoard (LFPI Gestion), Mathieu Evrard (Louvre Hotels) et Dominique Ozanne (Foncière des murs).

NOUVELLE DONNE

Pour Barbara Lévi, responsable du Crédit Agricole Corporate & Investment Bank, les banques ont modifié leurs modalités d'intervention, à cause de leur besoin de désendettement. Contraintes de changer de modèle économique, elles n'interviennent souvent plus qu'en partenariat avec d'autres. Les sociétés d'assurances prennent de plus en plus d'importance, à l'image du groupe Axa. "Il y a cinq ans, nous avions 500 M€ d'actifs dans l'hôtellerie, aujourd'hui, nous en avons pour 2 milliards d'euros qui sont traités en interne, déclare

Gaël Le Lay, d'Axa Real Estate. Nous possédons un portefeuille de 100 hôtels dont 70 avec Accor." Foncière des murs, par la voix de son directeur général, Dominique Ozanne, explique que les transactions menées en 2011 se répartissent en trois catégories : "Un tiers a été réalisé avec des institutionnels, un tiers avec des investisseurs privés, et un tiers avec des opérateurs qui investissent murs et fonds."

Si les acteurs sont plus nombreux, les exigences sont également plus fortes. Ainsi, pour Axa, qui n'investit pourtant

qu'en 'pure equity' c'est-à-dire sans dette, "nous sommes sur des partenariats de longue durée. Nous devons être en parfaite confiance avec notre partenaire opérateur". Une réflexion que partage Dominique Ozanne, pour qui toute décision, y compris dans la gestion, se fait à deux. En revanche, pour les opérateurs présents - Louvre Hotels et LFPI Gestion -, cette nouvelle donne dans le montage des opérations rend les dossiers plus difficiles à sortir. "Nos interlocuteurs veulent prendre le moins de risques possible. Or, cette appréciation du risque s'évalue à

tous les échelons d'un projet, de l'achat du foncier à l'exploitation en passant par la construction", explique Mathieu Evrard, directeur du développement international de Louvre Hotels. Les financeurs - et non plus uniquement l'investisseur exploitant - réclament aujourd'hui une étude du risque à tous les niveaux d'élaboration d'un projet. D'où une sélectivité importante dans le choix des établissements et, surtout, une diminution des hôtels en construction. "Ne se font plus que des projets sûrs, en centre-ville ou qui s'inscrivent dans une opération d'urbanisme ou commerciale totalement financée", détaille Mathieu Evrard.

En 2012, le rythme de transactions devrait donc être aussi soutenu qu'en 2011. Au cours du premier semestre, doivent être finalisées les ventes du portefeuille de Starwood Capital et Starman (Hôtel du Louvre, Hôtel Concorde Lafayette, mais aussi le Palais de la Méditerranée et le Martinez). Un important portefeuille d'hôtels Blackstone est attendu sur le marché, la vente d'un hôtel espagnol parisien est imminente, sans compter les différents groupes cherchant à se séparer de leurs actifs pour mieux se consacrer au métier d'opérateur. De bonnes perspectives donc.

ÉVELYNE DE BAST

Selon KPMG

Après une très bonne année 2011 pour les chaînes hôtelières, l'année 2012 devrait confirmer la tendance. Stéphane Botz, directeur du pôle tourisme-hôtellerie-loisirs de KPMG revient sur l'évolution du secteur. PROPOS RECUEILLIS PAR É. DE. B.

2012, année de consolidation pour l'hôtellerie française

L'Hôtellerie Restauration : 2011 est une année record. Quels en ont été les éléments forts ?

Stéphane Botz : Compte tenu du contexte géopolitique, notamment au Maghreb, on a assisté en 2011 à un repli des clientèles française et européenne vers des marchés plus sécurisants, ce qui a fait grimper les taux d'occupation des hôtels ainsi que les prix moyens en France. Tout le monde n'a pas bénéficié des mêmes retombées. Paris, Lyon, la Côte d'Azur sont les trois destinations qui ont le mieux tiré leur épingle du jeu, avec des événements et des salons comme l'Air Show ou Batimat.

La catégorie 3 étoiles remporte les meilleurs scores. Pour quelles raisons ?

Les groupes hôteliers ont fait moins de promotions et ont donc augmenté mécaniquement leurs prix moyens. Parallèlement, on a assisté à un retour de la clientèle d'affaires dans les zones urbaines. Il faut également tenir compte du succès de la destination France, avec une augmentation massive des courts et moyens séjours. Tous les hôtels proposant un produit touristique composé d'un hébergement associé à une activité - spa, golf, loisirs divers - ont vu leurs revenus augmenter avec l'arrivée d'une nouvelle clientèle de milieu de semaine. Par ailleurs, la catégorie 3 étoiles est peut-être celle qui, en

prévision de l'échéance 2015 [date butoir pour la mise aux normes d'accessibilité, NDLR] a réalisé d'importants travaux d'adaptation, marquant ainsi des points auprès de la clientèle française. Cette modernisation va se poursuivre en 2012, mais il est possible que les efforts consentis soient impactés par l'augmentation du taux de TVA.

Estimez-vous que l'hôtellerie va connaître en 2012 une progression identique à celle de 2011 ?

Je ne pense pas, car 2011 a été une année de rebond où nous avons obtenu des résultats quasiment équivalents à ceux de 2007, année de référence. Il sera difficile d'améliorer encore les revenus des hôtels. D'autres facteurs vont entrer en ligne de compte comme l'augmentation de la TVA ou la concurrence des destinations du Maghreb, qui font de gros efforts actuellement pour faire revenir les touristes. Enfin, il y a le fait que nous sommes en année paire, traditionnellement peu favorable à Paris et la Côte d'Azur en termes de salons et congrès.

Diriez-vous que nous sommes à la fin d'un cycle ?

Les cycles hôteliers sont de plus en plus courts. Le dernier n'a duré que cinq ans, entre le pic de 2007 et celui de 2011. L'année 2012 ne peut donc être

qu'une année de consolidation et de renforcement de la destination France sur le marché du tourisme mondial.

ÉVOLUTION DES PRINCIPAUX INDICATEURS CLÉS DES CHÂÎNES EN FRANCE

	2010	2011	Évolution
Taux d'occupation			
4 étoiles	70,9 %	74,2 %	+ 3,3 %
3 étoiles	62,4 %	66,0 %	+ 3,6 %
2 étoiles	63,8 %	65,9 %	+ 2,1 %
0/1 étoiles	67,4 %	69,9 %	+ 2,5 %
Toutes catégories	65,1 %	67,9 %	+ 2,8 %
Prix moyen par chambre louée (HT)			
4 étoiles	185,20 €	190,10 €	+ 2,6 %
3 étoiles	95,90 €	102,70 €	+ 7,1 %
2 étoiles	64,10 €	66,70 €	+ 4,1 %
0/1 étoile	39,80 €	41,50 €	+ 4,3 %
RevPAR (HT)			
4 étoiles	131,40 €	141,00 €	+ 7,3 %
3 étoiles	59,80 €	67,70 €	+ 13,2 %
2 étoiles	40,90 €	44,00 €	+ 7,6 %
0/1 étoile	26,80 €	29,00 €	+ 8,2 %

Source : KPMG

9,22€

Taux horaire minimum conventionnel

9,22€

Taux horaire Smic

3,44€

Valeur du repas

3 031€

Plafond Sécu

1 624Indice du coût de la construction
Révision : + 1,88 %
Renouvellement : + 38,80 %**9,7%**Taux de chômage au 3^e trimestre 2011

Juridique

Calculer sa redevance forfaitaire annuelle

Les organisations professionnelles du secteur de l'hôtellerie-restauration et la Sacem ont conclu un accord sur une nouvelle grille de tarification de la redevance des droits d'auteur pour la sonorisation musicale de leur établissement.

Sacem : une nouvelle grille tarifaire est en vigueur en 2012

Petit rappel : si vous voulez diffuser de la musique dans votre établissement, vous devez demander l'autorisation à la Sacem, qui vous l'accordera moyennant le versement d'une redevance. Cette redevance représente la contrepartie de l'utilisation en public des œuvres d'auteurs pour lesquels elle constitue une rémunération.

Les professionnels sont redevables, en plus de la redevance Sacem, de 'droits voisins du droit d'auteur' au profit des artistes interprètes et des producteurs de disques appelés 'rémunération équitable' à la Spré (Société civile pour la perception de la rémunération équitable). Ces droits correspondent à 65 % de la redevance Sacem. Ils sont facturés et recouverts par la Sacem, pour le compte de la Spré en même temps que la redevance droit d'auteur. Cette nouvelle grille tarifaire de la redevance Sacem s'applique à compter du 1^{er} janvier 2012. Elle se caractérise par une simplification des critères déterminant le montant des droits à payer.

DÉTERMINATION DE LA REDEVANCE ANNUELLE HORS TAXES

La diffusion de musique de sonorisation et la diffusion audiovisuelle à titre gratuit dans les cafés et restaurants du secteur traditionnel sont soumises à une redevance forfaitaire annuelle. À partir de 2012, les tarifs sont établis selon le barème défini ci-dessous. Celui-ci prend en compte non seulement le nombre de places assises dans l'établissement mais aussi le nombre d'habitants de la ville où est situé le café ou le restaurant.

Il s'agit ici du barème du tarif général. Les adhérents d'un des syndicats signataires de cet accord bénéficient d'une réduction des droits Sacem de l'ordre de 33 %.

DISPOSITIONS COMPLÉMENTAIRES

Les exploitants réalisant, au titre de leur exercice écoulé, un chiffre d'affaires HT inférieur ou égal à 80 000 € bénéficient - sous réserve d'en apporter la justification à l'aide des documents comptables appropriés - d'un abattement de 15 % sur le montant du forfait.

Les exploitants procédant à des diffusions exclusivement à l'aide d'un simple appareil récepteur de radiodiffusion sonore, sans haut parleur supplémentaire et ne disposant d'aucun lecteur de support sonore ou audiovisuel de quelque nature que ce soit (CD, cassettes, DVD, fichiers numériques), bénéficient d'un abattement de 50 % sur le montant du forfait.

Les forfaits visés dans le tableau ci-dessous sont valables quel que soit le type d'appareil de sonorisation utilisé. Lorsque des exploitants utilisent le répertoire de la Sacem à l'aide d'au moins deux appareils installés dans une même salle de leur établissement, le forfait est majoré de 50 %, sauf dans le cas où l'un des deux appareils est un simple récepteur de radio tel que décrit précédemment.

LOCALITÉS SAISONNIÈRES

La redevance Sacem applicable aux cafés et restaurants situés dans des localités saisonnières est calculée par référence au chiffre de la population

saisonnaire le plus élevé de ladite commune, dit 'crête de population'. Il correspond à la population permanente de la commune, augmenté du nombre de résidents saisonniers, affecté d'un coefficient de pondération de 50 %, y compris pour les établissements ouverts en permanence.

Pour ces établissements saisonniers, la redevance est équivalente à 30 % du tarif annuel pour une durée d'ouverture allant jusqu'à trois mois. Au-delà, une redevance complémentaire égale à 10 % du tarif annuel est appliquée par mois supplémentaire d'exploitation et ce, jusqu'au 10^e mois inclus.

Pour les établissements dont la durée totale d'ouverture ne correspond pas à un nombre entier de mois, la durée totale d'exploitation devra être arrondie au mois supérieur dans l'hypothèse où elle excède d'au moins quinze jours le dernier mois complet d'exploitation, au mois inférieur dans le cas contraire.

AUDITIONS MUSICALES DONNÉES QUELQUES JOURS PAR SEMAINE

Dans l'hypothèse où l'autorisation demandée concerne une période d'exploitation limitée à quelques jours par semaine, les redevances sont calculées comme suit :

- 1 jour d'ouverture par semaine : 25 % du tarif ;
- 2 jours d'ouverture par semaine : 33 % du tarif ;
- 3 jours d'ouverture par semaine : 50 % du tarif ;
- 4 jours d'ouverture par semaine : 66 % du tarif ;
- Au-delà : 100 % du tarif.

PENDANT UNE PÉRIODE INFÉRIEURE À UNE ANNÉE

Dans les cas où l'autorisation sollicitée concerne une période d'exploitation



La diffusion de musique de sonorisation et la diffusion audiovisuelle à titre gratuit dans les cafés et restaurants du secteur traditionnel sont soumises à une redevance forfaitaire annuelle.

inférieure à une année, la redevance est équivalente à 30 % du tarif annuel pour une durée d'ouverture allant jusqu'à trois mois. Au-delà, une redevance complémentaire égale à 10 % du tarif annuel est appliquée par mois supplémentaire d'exploitation et ce, jusqu'au 10^e mois inclus.

MODALITÉS DE COMPTABILISATION DE LA CAPACITÉ DE L'ÉTABLISSEMENT

L'accord vient préciser comment apprécier la capacité d'accueil des places assises d'un établissement.

En présence d'une terrasse de plein air bénéficiant de diffusion musicale, il est tenu compte, pendant la période d'exploitation de cette terrasse, de son nombre total de places assises.

Dans les établissements ne comportant pas de places assises, ni en salle, ni au bar, ou dans lesquels le nombre de places assises n'est pas significatif (établissement vaste avec quelques places assises), la contenance est calculée par référence à la superficie de la salle sonorisée, déduction faite des aménagements fixes (par exemple le bar) en retenant une place par m². Quant aux établissements comportant plusieurs salles sonorisées par un même appareil, il faut retenir le nombre total des places contenues dans les différentes salles. Si les salles sont sonorisées par des appareils différents, il faut alors retenir la redevance correspondante pour chaque salle en fonction de sa contenance.

PASCALE CARBILLET

TARIFS DE LA REDEVANCE ANNUELLE HORS TAXES

Nombre d'habitants de la commune concernée	Capacité du bar : jusqu'à 30 places	Capacité de 31 à 60 places	Capacité de 61 à 100 places	Capacité supérieure à 100 places
Jusqu'à 2 000	335,82 €	386,19 €	444,12 €	510,74 €
Jusqu'à 15 000	419,78 €	482,75 €	555,16 €	638,43 €
Jusqu'à 50 000	566,70 €	651,71 €	749,46 €	824,41 €
Plus de 50 000	821,72 €	944,97 €	1 039,47 €	1 143,42 €
Paris	1 252,59 €	1 440,48 €	1 584,53 €	1 742,98 €

Limiter les agissements déloyaux

Le but est de garantir aux nouveaux acquéreurs une jouissance paisible de leur achat, c'est-à-dire d'éviter le détournement de clientèle par le vendeur du bien.

Cession d'un fonds de commerce et clause de non-concurrence



La durée d'une clause de non-concurrence dans la cession de bail commercial est en moyenne de cinq ans et, selon le lieu où se situe le fonds, s'étend sur un rayon de trois à dix kilomètres environ.

Un restaurateur ou un hôtelier décide de tourner la page et de céder son fonds de commerce. Dans l'acte de cession, il est

habituellement prévu une clause de non-concurrence. Le but de la clause de non-concurrence est de garantir aux nouveaux acquéreurs une jouissance paisible de leur achat, autrement dit, d'éviter le détournement de clientèle. Même en l'absence de cette clause dans le contrat de cession, c'est l'esprit qui doit animer le vendeur lorsqu'il procède à la vente : il ne doit pas faire concurrence à son cessionnaire au risque de se voir poursuivi devant les tribunaux.

DURÉE DE LA CLAUSE

Pour être efficace, la clause doit indiquer que le vendeur s'interdit de se réinstaller pendant un certain temps et dans un certain périmètre du fonds qui fait l'objet de la vente. Cette clause n'est valable que si elle est limitée soit dans le temps, soit dans l'espace ; une seule de ces limitations suffit pour la rendre valable.

La durée d'une clause de non-concurrence dans la cession de bail commercial est en moyenne de cinq ans et, selon le lieu où se situe le fonds, s'étend sur un rayon de trois à dix kilomètres environ.

Mais la détermination de la zone ou sa durée ne suffisent pas à résoudre tous

les problèmes de détournement de clientèle. L'élément le plus délicat dans la rédaction de la clause, ce sont les activités visées qui, selon l'expression consacrée, ne doivent pas être "similaires ou de même nature".

REPRENDRE UNE ACTIVITÉ

Après la vente, il est courant pour un restaurateur ou un cafetier de vouloir reprendre une activité. Ce qui pose problème, ce n'est pas tant le fait de se réinstaller près de l'établissement peu après la cession mais le fait de prétendre exercer une activité différente de celle exercée auparavant. Cette situation est souvent portée à l'attention des tribunaux. Prenons le cas d'un ancien restaurateur qui décide d'ouvrir un commerce de bouche avec quelques tables de dégustation ou une cave avec des propositions d'accompagnements culinaires. En fonction du positionnement vis-à-vis de la clientèle des environs, vis-à-vis de la carte de l'ancien fonds et vis-à-vis des cessionnaires, il peut y avoir un conflit d'intérêts et un détournement de clientèle. Le droit se situera sur le terrain strictement factuel : la carte, le type de clientèle visée, les prix et les produits utilisés. S'ils diffèrent sensiblement de ceux de l'ancien fonds, le cédant pourra poursuivre sa nouvelle activité. L'ambiguïté réside dans la question de savoir si les nouveaux arrivants ont eu le temps nécessaire pour se faire connaître

du public, pour mettre en place une identité propre et lancer leur activité avant que le cédant ne refasse surface. On ne peut pas nier que l'attrait d'un restaurant, d'un café ou d'un hôtel tient pour une part à la personnalité des propriétaires ou gérants, de leur façon d'accueillir et de servir la clientèle. Pour que la clause de non-concurrence soit respectée, il faut laisser aux nouveaux arrivants le temps d'imprimer leur marque et de se faire une place dans les lieux, sans quoi il y a un risque de rétablissement trop hâtif qui peut coûter cher. La violation de la clause entraîne des sanctions qui peuvent s'avérer très importantes. Mais si le cédant doit respecter la clause de non-concurrence, on ne doit pas pour autant l'empêcher de travailler.

LE RÉTABLISSEMENT EN TANT QUE SALARIÉ

Traditionnellement, la clause de non-concurrence prévoit que les cédants ont l'interdiction de se rétablir ou de s'intéresser directement ou indirectement dans un commerce de nature similaire à celui vendu. Si l'embauche du vendeur d'un fonds comme salarié est possible, c'est à condition que sa collaboration reste ignorée du public, qu'il ne soit pas en contact avec lui. Mais au fond, l'activité

salariale n'entraîne la violation de la clause de non-concurrence que si elle s'accompagne d'agissements déloyaux conduisant au détournement de clientèle.

LA SANCTION DE LA VIOLATION D'UNE CLAUSE DE NON-CONCURRENCE

Si le cessionnaire estime qu'il y a violation de la clause de non-concurrence, il doit en apporter la preuve. Si c'est le cas, plusieurs sanctions sont envisageables : la cessation sous astreinte de l'activité concurrentielle, la fermeture du fonds exploité par le débiteur de l'obligation en fraude de ses engagements, l'octroi de dommages-intérêts au créancier victime de la violation, et au-delà, la résolution de la vente du fonds de commerce. Enfin, fiscalement, précisons que les sommes versées en contrepartie de la garantie de non-concurrence ne peuvent pas venir en déduction pour la détermination du bénéfice net et ne peuvent donc pas constituer des charges d'exploitation. Il y a donc lieu lors de la cession d'un fonds de commerce de s'intéresser aux divers aspects de la clause afin de se prémunir d'un ancien gérant ou propriétaire un peu trop présent.

M^E LUCIE BRUNEAU,
CABINET MENANT ET ASSOCIÉS

FRIGOFLEX, LE FROID MOBILE ! ❄️



Promotion sur salon
Sandwich & Snack Show 2012
TVA OFFERTE*

*Pour toute commande validée sur le stand B002

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



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



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




Vous souhaitez booster votre BRUNCH ?

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

OuBruncher.com
site web & application iphone

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



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

Du 26 au 28
FÉVRIER 2012

PRORESTEL
www.prorestel.com

• SAINT-MALO •
ESPACE DUGUAY TROUIN

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



PRSM1

□ Courriers des lecteurs

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

Une bande dessinée doit accompagner les consignes incendie

J'ai entendu dire que le plan sommaire d'évacuation au dos des portes des chambres d'hôtel avait changé et qu'il devait être complété par une bande dessinée illustrant les consignes en français et complété par une traduction dans les langues parlées par les usagers habituels de l'hôtel, alors qu'auparavant nous étions rendus à 6 ou 9 langues. Pouvez-vous m'en dire plus ?

MARTIS

Effectivement, un arrêté du 24 juillet 2006 a modifié le contenu des consignes de sécurité incendie qui doivent être affichées dans les chambres d'hôtel. Cet arrêté est venu renforcer les règles de sécurité incendie dans les petits établissements hôteliers de 5^e catégorie, c'est-à-dire ceux accueillant au maximum 100 personnes (personnel non compris). Les hôteliers disposaient d'un délai de 5 ans pour mettre leurs établissements en conformité avec les prescriptions de l'arrêté de 2006, période arrivée à échéance en juillet 2011. Les hôteliers ont bénéficié d'un léger sursis et ceux qui n'avaient pas encore mis leurs établissements en conformité avec les règles de sécurité incendie avaient jusqu'au 1^{er} janvier 2012 pour transmettre un échéancier de travaux à la commission de sécurité compétente. Et ce, à condition que l'établissement qui n'est pas aux normes ne présente pas de risques avérés pour la sécurité de ses clients. Dans ce dernier cas, la commission de sécurité incendie peut en effet exiger la réalisation immédiate des travaux. L'arrêté de 2006 a modifié les dispositions de l'article PE33 relatif au registre de sécurité et des consignes en les remplaçant par les dispositions suivantes :

“§ 1. L'exploitant doit tenir à jour un registre de sécurité. Ce document doit pouvoir être présenté à chaque visite de la commission de sécurité.
§ 2. Une consigne d'incendie doit être affichée dans chaque chambre ; elle est rédigée en français et complétée par une bande dessinée illustrant les consignes. Sa rédaction en langue française peut être complétée par sa traduction dans les langues parlées par les occupants habituels.
Cette consigne doit attirer l'attention du public sur l'interdiction d'utiliser les ascenseurs en cas d'incendie, à l'exception de ceux conformes



aux dispositions de l'article AS4 du règlement de sécurité, qui sont réservés à l'évacuation des personnes handicapées.”

Le texte rappelle dans un premier temps l'obligation pour l'exploitant d'avoir un registre de sécurité incendie et de le réactualiser régulièrement. Ce registre de sécurité doit être présenté à chaque visite de la commission de sécurité. De même, une consigne doit être affichée dans chaque chambre. Si cette obligation n'est pas nouvelle, le contenu de ce document est légèrement modifié. En effet, elle doit être rédigée en français et complétée par une bande dessinée illustrant les consignes. Sa rédaction en langue française peut être complétée par sa traduction dans les langues parlées par les occupants habituels des chambres. N'oubliez pas non plus d'afficher un plan sommaire de repérage de chaque chambre par rapport aux dégagements à utiliser en cas d'incendie. Celui-ci doit être fixé dans chaque chambre.

Blog des Experts
'Droit et réglementation en CHR'

OÙ TROUVER DES CONSIGNES DE SÉCURITÉ INCENDIE ?

Savoie Plan Incendie

22 route de Bois rond
73200 Mercury
Tél. : 04 79 38 45 15
Mobile : 06 70 32 63 60
savoie-plan-incendie@orange.fr
www.savoie-plan-incendie.com

CNPP Service éditions (Centre national de prévention et de protection)

Route de la Chapelle Réanville
BP 2265
27950 Saint-Marcel
Tél. : 02 32 53 64 34
www.cnpp.com

Une étude et des pistes de réflexion

Une circulaire du ministère de l'Écologie du 10 janvier 2012 relative aux modalités d'application de l'obligation de tri à la source des biodéchets par les gros producteurs indique la quantité correspondant à un repas ou à un ticket de caisse selon le type de restauration. Explications.

Le Groupement national de la restauration planche sur les biodéchets

Un décret sur l'obligation du tri et de la collecte des biodéchets a déjà été publié en juillet 2011. Il en définit les modalités pour les producteurs qui sont à l'origine de plus de 60 litres d'huiles usagées ou 10 tonnes de biodéchets par an. Cette obligation entrera progressivement en vigueur d'ici à 2016. À cette date, les restaurateurs devront pouvoir prouver qu'ils maîtrisent la fin de vie des biodéchets dont ils ont la responsabilité. En partenariat avec l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise d'énergie), une étude a été menée à l'automne 2011 par le Groupement national de la restauration (GNR) dans les différents types d'établissements de ses 3 syndicats adhérents (45 sites de restauration collective, 16 de restauration rapide et 15 de restauration thématique et traditionnelle*). Celle-ci indique la quantité de biodéchets produite par repas ou par ticket, selon le type de restauration (lire encadré).

"QUESTIONNER LES PRESTATAIRES DE COLLECTE"

Avec cet outil, il faut multiplier le ratio



correspondant au type de restauration par le nombre de repas servis ou de ventes réalisées par jour et le nombre de jours travaillés. "Les ratios fixés permettent aux enseignes de s'organiser", explique Elisabeth Derancourt, responsable du développement durable chez Elior et qui a piloté le groupe de travail du GNR sur ce dossier. L'ensemble des restaurants de la zone test a trié et pesé ses déchets organiques pendant 15 jours, soit 42,5 tonnes de biodéchets triés.

"Nous avons maintenant une idée du gisement, ce qui va permettre aux acteurs de la restauration de questionner les prestataires de collecte et de valorisation des déchets", poursuit Elisabeth Derancourt. L'enjeu pour le restaurateur consistera non seulement

à gérer le délai entre la production des biodéchets et leur collecte mais aussi le mode de 'conservation' sur site, l'espace et l'équipement dédié. "La construction systématique de locaux réfrigérés n'est pas forcément une bonne idée, au regard des consommations énergétiques générées par de tels équipements", souligne-t-elle. D'autres solutions peuvent être envisagées comme l'utilisation de bidons étanches. Des thèmes qui seront sans doute au sommaire de guides pratiques destinés aux restaurateurs et que le GNR devrait réaliser dans le cadre de la poursuite de ses échanges avec l'Ademe.

LYDIE ANASTASSION

* À l'instar des enseignes Avenance - Elior, Brioche Dorée, Buffalo Grill, Del Arte, El Rancho, Frères Blanc, KFC, La Durée, Léon de Bruxelles, McDonald's, Pizza Hut, Quick, SSP, Sodexo-Sogeres.

Le texte de l'étude du GNR/Ademe est téléchargeable à l'adresse suivante : http://optigede.ademe.fr/sites/default/files/fichiers/Rapport_biodéchets_GNR_VF2012_0109.pdf

RATIOS PAR REPAS ET PAR TICKET DE CAISSE

Pour la restauration traditionnelle et thématique, le ratio obtenu est de 140 g de biodéchets par repas, incluant la préparation du repas, les plats non consommés et les restes sur les plateaux. Pour la restauration collective, le ratio est de 11 g par repas produit pour les cuisines centrales, 125 g par repas distribué pour les satellites et de 134 g par repas pour les autres secteurs de restauration collective (production et distribution). L'étude aboutit pour la restauration rapide - qui ne sert pas seulement des repas - à un ratio de 43 g de biodéchets par ticket de caisse. Elle établit que ceux qui proviennent de la salle de restauration représentent seulement de 6 à 8 % du flux des déchets produits. Un restaurant qui ne souhaite pas utiliser ces ratios "peut réaliser ses propres pesées, ou s'il fait partie d'une chaîne, s'appuyer sur les ratios établis par la chaîne lorsque le mode de production, les recettes et les denrées utilisées sont standardisés sur tous les sites de restauration", indique la circulaire.

Bonnes pratiques

Ecorismo est un lieu de rencontre pour les entreprises 'vertes' ou celles qui veulent le devenir. En 2012, avec 77 exposants sur 1 000 m², le salon a mis l'accent sur l'accessibilité et la biodiversité.

Tourisme et biodiversité à l'honneur au salon Ecorismo

En avant-première du salon Ecorismo, le cabinet FTC est venu présenter son guide *Tourisme et Biodiversité*, réalisé en partenariat avec la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services. Un sujet d'actualité, mais dont on ne connaît pas toujours toutes les nuances. Si, pour certains, la biodiversité se résume à la protection des espaces verts, pour d'autres, sa prise en compte fait partie d'une démarche globale engagée pour obtenir un label environnemental.

Tourisme et Biodiversité constitue un premier niveau de réflexion. L'ouvrage se compose de trois parties : la première est consacrée aux enjeux et à la nécessité d'engager une démarche pour préserver les espèces sur terre, la deuxième est un auto-diagnostic destiné aux entreprises, et la troisième est une présentation de petites études de cas. Présenté sous forme de fiches techniques, ce guide est avant tout pédagogique. Tiré à 300 exemplaires, il est intégralement téléchargeable sur internet.

LES GRANDS GROUPES SONT DÉJÀ ENGAGÉS

Les groupes hôteliers se sont pour la plupart déjà mobilisés en s'engageant au travers de labels comme Green Globe (tel Concorde Hotels), voire en adoptant en sus une démarche globale, ainsi que l'a fait le groupe Accor avec son programme Earth Guest lancé dès 2006, ou encore en entamant des démarches spécifiques en interne comme le font la plupart des



groupes américains (Fairmont, Marriott, IHG...). Car l'enjeu est de taille : si l'on en croit les prévisions de l'Organisation mondiale du tourisme, il y aurait plus d'un milliard de touristes dans le monde en 2012, avec une progression moyenne de 4 à 5 % par an.

EVELYNE DE BAST

www.francoistourismeconsultants.com/pdf/Guide_Biodiversite&Tourisme_complet_web.pdf

En bref

L'Hôtel de Crillon vient de décrocher la certification Green Globe

Paris (VIII^e) Engagé dans une démarche éco-responsable, l'Hôtel de Crillon s'est vu décerner la certification Green Globe, label américain qui dépend de 350 critères relatifs aux principes du développement durable. Un programme international d'évaluation et de certification auquel concourent tous les établissements du groupe Concorde.

Parmi les actions concrètes menées par l'établissement de la rive gauche : un livret avec des suggestions de promenades écolabellisées en Île-de-France, ainsi qu'une liste de restaurants bio de la région sont remis aux clients ; l'utilisation de papier recyclé est systématique, la relation avec les producteurs locaux est privilégiée, et l'hôtel veille à ne distribuer, dans sa boutique, que des produits issus de l'artisanat et du savoir-faire français... Pour préserver ce fameux label Green Globe, l'hôtel sera audité, sur place, tous les deux ans et tenu d'améliorer de cinq points sa performance.

Issus de 75 établissements, les jeunes se sont affrontés jeudi 2 février pour cette avant-dernière étape du concours du jeune professionnel de café

Demi-finales du 18^e concours Malongo

Paris-Île-de-France

Paris (XVII^e) Les gagnants sont Marie-Chloé Eleaume du lycée des métiers de l'hôtellerie et du tourisme de Guyancourt pour la catégorie bac, et Mehdi Bensalem-Favri, du lycée Guillaume Tirel de Paris pour la catégorie BTS.

23 candidats pour 2 finalistes

Le lycée Jean Drouant de Paris (XVII^e) a accueilli l'épreuve francilienne du concours Malongo le 2 février. Les 23 élèves participants ont répondu à un questionnaire comprenant 55 questions sur le café, le métier de barista et un exercice de mathématiques sur le calcul de marges.

Gilles Blasco, chef de travaux, a veillé au bon déroulement de l'organisation de l'événement. Pour l'occasion, les élèves de première année de BTS ont

cuisiné et assuré le service d'un menu sur le thème du café. Les représentants de Malongo ont annoncé les résultats à l'issue de ce déjeuner.

Pour la région Paris-Île-de-France, les gagnants sont **Marie-Chloé Eleaume** du lycée des métiers de l'hôtellerie et du tourisme de Guyancourt (78) pour la catégorie bac, et **Mehdi Bensalem-Favri** du lycée Guillaume Tirel de Paris pour la catégorie BTS.

LOÏC SAULNIER



Mehdi Bensalem-Favri et Marie-Chloé Eleaume ont remporté la demi-finale Paris Île-de-France.

Rhône-Alpes



Cyril Daviez (à g.) et son professeur Fabrice Lemasson (à d.) encadrent François Perret, directeur d'agence Malongo.

Lyon (IX^e) Dans les locaux du lycée Jehanne de France, 9 candidats - parmi lesquels deux jeunes filles seulement - se sont affrontés. Un seul candidat a su tirer son épingle du jeu.

Un seul ticket pour la finale

Neuf candidats venus d'établissements de la région Rhône-Alpes participaient aux épreuves écrites du concours international du jeune professionnel du café. Chacun avait une vision nouvelle du fameux breuvage : "On ne boit plus de la même façon", soulignait **Caroline Girol**, étudiante au lycée Renouveau de Saint-Genest-Lerp. Et si, à l'issue du concours, les questions étaient jugées unanimement difficiles, les étudiants reconnaissaient surtout

la place importante du café. "C'est la dernière impression laissée par un établissement", confiait avec sagesse **Martin Raffy**, étudiant du lycée Paul Bocuse.

Après l'épreuve, candidats et professeurs déjeunèrent au lycée Jehanne de France. La directrice de l'établissement, **Muriel Bellair**, confiait : "C'est un plaisir d'accueillir d'autres collègues et d'échanger." **François Perret**, le directeur de l'agence régionale Malongo rejoignait

étudiants et enseignants après avoir corrigé les copies. C'est seulement après le café, bien sûr, que ce dernier rendait les résultats, pour annoncer qu'un seul participant avait dépassé le nombre de points requis. **Cyril Daviez**, en 1^{re} année de bac pro au lycée de Challes-les-Eaux (73) ira à Nice disputer la finale. Les autres participants repartaient avec un assemblage 'Latitude zéro' et l'envie de retenter leur chance en 2013.

SOPHIE SENTY

Côte d'Azur

Cagnes-sur-Mer (06) Agathe Ravinale du lycée de Monaco (BTS) et Bastien Guillou du lycée de Cagnes-sur-Mer (bac) sont les vainqueurs de l'épreuve régionale.

Une compétition disputée

En lice, ils étaient cinq candidats représentant cinq établissements jeudi 2 février pour la demi-finale du concours international du jeune professionnel du café, organisée pour la région Côte d'Azur au lycée hôtelier Auguste Escoffier de Cagnes-sur-Mer (06). La compétition a été très disputée entre les élèves des établissements du département et de la principauté de Monaco. Méthodes d'extraction, variétés, pays producteurs, personnages, histoire et routes du café ou encore torréfaction... autant de thèmes pour tester le niveau de connaissance des lycéens concourant en catégorie bac et BTS, en attendant les épreuves pratiques et techniques de la finale.

Au terme de deux heures d'examen, **Frédéric Arnulf**, responsable commercial Alpes-Maritimes pour les Cafés Malongo, a retenu les deux candidats ayant dépassé le seuil minimum des 60 points sur 90.



Frédéric Arnulf (Cafés Malongo) et les deux vainqueurs, Agathe Ravinale et Bastien Guillou.

C'est **Agathe Ravinale** du lycée de Monaco, qui l'a emporté en catégorie BTS, avec à ses côtés son professeur **Serge Serrier**, et **Bastien Guillou**, élève du lycée hôtelier Auguste Escoffier (catégorie bac), accompagné par son professeur **Jean-Luc Camera**. Tous deux sont ainsi qualifiés pour la finale de Nice. **JACQUES GANTIÉ**

Bourgogne - Centre Loire

Jennifer Guillemot se démarque en catégorie bac pro

Jeudi 2 février, 15 élèves provenant de 6 lycées de la région Bourgogne se sont retrouvés au lycée Vauban d'Auxerre (89) à l'occasion de la demi-finale régionale du concours Malongo. À l'issue de l'épreuve c'est une jeune élève du lycée François Mitterrand de Château-Chinon (58) - **Jennifer Guillemot**, 19 ans - qui s'est illustrée avec 68 points sur 90. Cette année, aucun élève de BTS n'a atteint les 60 points requis pour accéder à la finale. Pourtant "le concours n'était pas forcément plus difficile que les années précédentes et les enseignants ont bien préparé les élèves", déclarent les organisateurs. Les établissements sont unanimes pour affirmer qu'ils participeront l'année prochaine à ce concours "qui reste, en général, inscrit aux projets pédagogiques des filières en hôtellerie-restauration". **MYRIAM HENRY**

Est

La demi-finale régionale du trophée Malongo région Est s'est déroulée au lycée Stanislas de Villers-lès-Nancy (54). Elle a été remportée par **Florine Filipieff**, du lycée Alexandre Dumas d'Illkirch, en catégorie BTS.



Malongo. Les finalistes se retrouveront les 4 et 5 avril au lycée Paul Augier de Nice (06).

: 160 élèves en lice

Provence

Marseille (VIII^e) Les gagnants de la sélection régionale sont Estelle Hernandez et Cédric Buscemi, qui représenteront les couleurs de leur établissement à Nice.

Parité respectée

Malgré la neige, 10 candidats sur les 12 prévus (ceux venant d'Arles et Valréas sont restés bloqués) ont affronté les épreuves écrites du 18^e concours du jeune professionnel du café au lycée hôtelier de Marseille. **Alain Ordonno**, responsable de l'agence CHR Malongo de Marseille, et **Jean-Christophe Gallant**, responsable des relations avec les pays producteurs, ont proclamé les résultats. Dans la catégorie bac pro, le jury a retenu **Cédric Buscemi**, en mention complémentaire barman au lycée des métiers Charles de Gaulle de Sète (34). Ce jeune Belge de 20 ans a choisi de venir en France "parce



Estelle Hernandez, en MC sommellerie au lycée de Nîmes et **Cédric Buscemi**, en MC barman au lycée de Sète.

qu'il n'existe pas de formation barman dans [son] pays". En catégorie BTS, la gagnante est **Estelle Hernandez**, en MC sommellerie

au lycée professionnel Voltaire de Nîmes. La jeune femme de 21 ans a un parcours atypique. Après un BTS tourisme, elle suit une licence d'œnotourisme à Nîmes et s'inscrit en MC sommellerie. Elle est passionnée par ce breuvage : "On commence la journée avec le café, et on finit un repas avec lui. On ne devrait pas le négliger et créer une carte des cafés comme on crée une carte des vins." Et **Agnès Vaffier**, directrice du lycée marseillais, de conclure : "Le concours Malongo est apprécié des établissements parce qu'il privilégie la diffusion de la formation et la mise en valeur d'un produit trop souvent négligé alors qu'il est essentiel."

DOMINIQUE FONSÈQUE-NATHAN

Bretagne

Nathan Boutet et Bertrand Patin se qualifient

Cette demi-finale régionale a eu lieu au lycée hôtelier de Dinard (35). **Nathan Boutet**, élève en bac pro au lycée François Rabelais d'Hérouville-Saint-Clair (14) et **Bertrand Patin**, en BTS au lycée Notre-Dame de Nazareth de Douvres-la-Délivrande (14)

Midi-Pyrénées

Toulouse (31) 13 élèves de bac pro ou techno et BTS ont participé à la finale régionale.

Double pour le lycée d'Occitanie



Sarah Fiedler et **Raphaëlle Hanot**, les deux lauréates.

Sarah Fiedler, en BTS au lycée hôtelier d'Occitanie à Toulouse, avec 71 points sur 90, et **Raphaëlle Hanot**, en bac pro du même établissement, iront défendre les couleurs de la Ville rose les 4 et 5 avril prochains à Nice, pour la finale nationale du trophée Malongo.

"Je me suis vraiment plongée dans l'univers du café", explique Sarah Fiedler. Raphaëlle Hanot précise : "Je me suis appuyée sur le livre *La passion du Café de Malongo*, sur le dictionnaire du café et sur le site de l'académie de Versailles

[www.hotellerie-restauration.ac-versailles.fr; NDLR]."

"C'est un bon cru, se réjouit **Dominique Antonetti**, formateur Malongo en Midi-Pyrénées. L'épreuve est assez difficile, il faut bien se préparer mais c'est une bonne expérience pour tous les candidats." Un partenariat entre la marque Malongo et l'Éducation nationale vient d'ailleurs de voir le jour afin de former enseignants et élèves à l'univers du café.

DORISSE PRADAL

Guadeloupe

De gauche à droite : **Joël Nelson**, producteur Malongo en Guadeloupe, **Anne-Sophie De Moya**, qui a remporté la demi-finale de la 18^e édition du concours Malongo, et **Christian Maunet**, professeur.



Nord

Avesnes-sur-Helpe (59) Le lycée Jesse de Forest a accueilli les 21 candidats de la demi-finale Nord du 18^e concours Malongo. **Nathalie Korytny** et de **Mathias Marques** ont gagné leur place pour la finale.

"Un vrai challenge et une belle opportunité"

Où trouve-t-on le Café Florent ? Qu'est-ce qu'un ristretto ? Que faire des restes de café moulu ? Quels sont les deux crus de café français ? Ce sont quelques-unes de 55 questions plutôt corsées auxquelles ont dû répondre les candidats du concours Malongo. Vingt-et-un élèves de bac pro et BTS hôtellerie représentaient la région Nord. "C'est un vrai challenge et une belle opportunité", notait **Marc Toutain**, professeur au lycée des métiers de Bazeilles. Ce sont justement deux de ses élèves qui ont remporté une place pour la finale, les 4 et 5 avril au



De gauche à droite : **Mathias Marques**, **Paola Wintenberger** (attachée au département formation de Malongo), **Nathalie Korytny** et **Stéphane Van Schoors** (responsable commercial Malongo).

lycée Paul Augier de Nice. **Nathalie Korytny**, 17 ans, concourait dans la catégorie bac pro. Consommatrice de café, elle a surtout approfondi ses connaissances théoriques. **Paola Wintenberger**, attachée au département formation chez

Malongo est venue soutenir les candidats. À Avesnes-sur-Helpe, elle a rappelé que ce concours est justement pour les jeunes une occasion

d'apprendre. "Les clients sont devenus de vrais connaisseurs. Ils demandent, au restaurant, à retrouver au moins la même qualité de café que celle qu'ils ont chez eux", a-t-elle expliqué.

MARIE-LAURE FRÉCHET

Ouest - Aquitaine

La Rochelle (17) En catégorie bac, **Samuel Bodin** affiche un résultat impressionnant de 84 points sur 90. En BTS, c'est **Martial Ghys** qui se qualifie.

Un doublé masculin et rochelais



Martial Ghys (catégorie BTS) et **Samuel Bodin** (catégorie bac) entourent **Cyrille Jeannes**, proviseur du lycée hôtelier de La Rochelle, et les deux représentants de Malongo, **Mustapha M'Rica** et **Noël Brossard**.

Tous les ans, le concours Malongo remporte un succès croissant auprès des élèves. Cette année, 15 candidats s'affrontaient pour la sélection

régionale Ouest - Aquitaine, un record. Seul point commun entre ces élèves venus de 5 lycées différents : une belle motivation. **Noël Brossard**, de l'agence Malongo Nantes, observe que "les réponses sont beaucoup plus précises depuis que la formation barista a été lancée". Mais certaines questions, pourtant classiques, restent déstabilisantes pour les candidats, comme le calcul de marge brute... sans calculatrice. Au final, **Samuel Bodin**, élève du lycée hôtelier de La Rochelle et vainqueur de la catégorie bac avec un résultat impressionnant de 84 points sur 90, avoue toutefois avoir beaucoup révisé. Son camarade de BTS **Martial Ghys** (74 points) a, lui, abordé ce concours de façon plus décontractée. Les deux vainqueurs du jour devront faire leurs preuves lors de la finale niçoise. ÉLODIE BOUSSEAU

“Il est essentiel de susciter l'intérêt des jeunes”

La Ferté-Macé (61) La 51^e édition de la coupe Georges Baptiste bat son plein. Les demi-finales régionales se succèdent et, jeudi 2 février, au lycée Flora Tristan, les épreuves se sont déroulées en présence de l'inspecteur de l'Éducation nationale Annabel Durand (académie de Caen) et de Jean-Michel Trohais, maître d'hôtel à la présidence de la République.

Coupe Georges Baptiste : derrière une classe, toute la filière s'investit

William Leray est chef de travaux. C'est sa première année au sein du lycée Flora Tristan de la Ferté-Macé (61) et sa rencontre avec le milieu de l'hôtellerie et de la restauration. Depuis la rentrée, cuisine et salle se préparent à la coupe Georges Baptiste, à la fois pour la présentation de deux candidats et pour l'organisation d'une sélection régionale. Jeudi 2 février, les effectifs sont au grand complet et au top départ, fixé à 9 heures, la compétition démarre sur les chapeaux de roue, malgré la neige tombée en abondance et les - 8 °C au thermomètre. *“L'investissement rayonne au-delà de la classe. Tout le monde a eu envie de se donner à fond et de faire en sorte que tout soit réussi aujourd'hui”*, confie le responsable pédagogique. Des élèves collaborent au déroulement du challenge, d'autres s'affairent à la préparation du déjeuner du jury ou encore du cocktail prévu en fin d'après-midi et pour lequel on attend une centaine d'invités. Un va-et-vient incessant colore et inonde les couloirs qui entourent le restaurant d'application et les locaux techniques. Les postulants proviennent de toute l'académie et le ballet commence dans la fébrilité des regards. La coupe Georges Baptiste met en valeur le service en salle. Il faut non seulement pouvoir découper un poisson mais pouvoir dialoguer, créer un échange ou une atmosphère devant les convives, le jury, qui les place en situation réelle ou presque... Ici, un plateau de fromages à reconnaître, à côté, la découpe d'un magret, un peu plus loin l'élaboration



De g à d : **William Leray**, **Jean-Michel Trohais**, **Annabel Durand**, **André Soler**, vice-président d'honneur de la coupe Georges Baptiste et fondateur des maîtres de service à Tokyo, et **Gilles Guezennec**, proviseur du lycée Flora Tristan.

avez-vous choisi ce bac pro et les métiers de la salle ?” Quand les joues rosissent, le professionnel fait mine de ne rien voir et il continue jusqu'à obtenir de la complicité. Travailler à l'Élysée impressionne...

“CET ENGAGEMENT EST TRÈS POSITIF”

Annabel Durand, inspecteur de l'Éducation nationale, a suivi avec attention toutes les épreuves. *“Il est essentiel de susciter l'intérêt des jeunes. Ils deviennent acteurs du concours et cet engagement est très positif pour leur avenir professionnel”*, se félicite la représentante du ministère, très attachée au développement de la coupe et à l'engouement qu'elle suscite. *“Cette année, annonce-t-elle par ailleurs, nous présenterons 5 postulants au concours général des métiers alors que nous n'en avions aucun l'an dernier. C'est tout une dynamique qui se met en place.”* Vers 17 heures, dernière ligne droite.

Catherine Sarlandie de la Robertie, recteur, **Yanic Soubien**, vice-président du conseil régional de Basse-Normandie, **François Lacon**, directeur académique de l'Orne, **Jacques Dalmont**, maire de la Ferté-Macé, ont rejoint l'assemblée et c'est sous les applaudissements que **Rémy Larquemin**, du groupe FIM-CFA d'Agneaux, reçoit le flambeau. Il représentera la région le 23 mars au lycée hôtelier de Marseille lors de la finale nationale. Immense sourire sur le visage de **Jean-Pierre Lesage**, directeur des travaux du groupe FIM-CFA d'Agneaux et correspondant régional pour la coupe Georges Baptiste. **SYLVIE SOUBES**

d'un cocktail et d'un espresso. Un juré demande : *“Vous connaissez des recettes normandes à base de canard ?”* Le jeune hésite et cherche sans succès. Dommage. Un garçon, devant la sole dont il va lever les filets, précise : *“Je dois la tourner, car la tête doit être à gauche.”* Bien vu.

“LA CONVIVIALITÉ DE L'INSTANT”

David Lecoeur, professeur en service et commercialisation, fait partie du jury crêpes. Il confie : *“Nous regardons leur tenue, nous attendons d'eux qu'ils fassent vivre l'atelier. Il n'y a pas seulement le flambage, il y a la convivialité de l'instant. La gestuelle, c'est un patrimoine vivant que l'on transmet et que chacun doit s'approprier.”*

Jean-Michel Trohais, maître d'hôtel à la présidence de la République et qui fait partie du bureau de la coupe Georges Baptiste, a travaillé aux épreuves et préparé le menu qui devra être commenté et associé à des boissons. **Patrick Gilles**, du Normandy à Deauville (14), endosse le rôle

d'examineur. Au terme de l'oral, il constate : *“Ils ont été assez bons sur le vin, beaucoup connaissent la géographie, les cépages. L'un d'eux a été exceptionnel, car il a parfaitement su nous parler de la poularde de Bresse et surtout du vin jaune de la sauce...”*

Jean-Michel Trohais profite également de l'occasion pour parler et interroger les élèves, compétiteurs ou non. *“Comment voyez-vous votre avenir ? Qu'est-ce qui vous plaît dans ce métier ? Pourquoi”*



Au premier plan, **Rémy Larquemin**, très concentré, lors de la dernière épreuve qui portait sur un questionnaire écrit.

En bref

Le lycée Jules Ferry de Montpellier remporte le concours La Main d'or



Sur le podium, **Andréa Lopez**, **Margot Dutheil** et **Anaïs Arnaud** devant **Marcel Lesoille**.

C'est lors du dernier jour du salon Agecotel que s'est déroulée la deuxième édition du concours exclusivement féminin et bio La Main d'or. Présidé par

Hermance Carro du restaurant Le Relais d'Oléa, celui-ci récompense une femme élève d'école ou de lycée hôtelier. La gagnante de l'édition 2012 est **Andréa**

Lopez du lycée Jules Ferry de Montpellier, la deuxième est **Margot Dutheil** du lycée Paul Augier de Nice et la troisième est **Anaïs Arnaud** du CFT Cunac.

52 jeunes du lycée de Saint-Quentin-en-Yvelines ont reçu l'Europass

La mobilité européenne n'est pas un vain mot pour les 52 élèves de la section baccalauréat professionnel hôtellerie-restauration mention européenne du lycée des métiers de l'hôtellerie et de tourisme de Saint-Quentin-en-Yvelines. Ceux-ci ont effectué un stage professionnel en Écosse, Irlande ou Estonie en 2011. Lors d'une cérémonie, **Bernard Troy**, proviseur du lycée, et **Maryline Benyakhlef**, chargée des mobilités en Europe et formation professionnelle à la DAREIC du rectorat de Versailles, ont remis un Europass et une attestation de réussite de stage professionnel aux élèves. Pour conclure cette action de dix-huit mois, **Sophie Perrillat-Mercerot**, professeur et



coordonnatrice du projet, diffusait un diaporama relatant cette période de formation. En 2012, 48 jeunes partiront à leur tour en stage dans des établissements étrangers.

52 jeunes du lycée des métiers de l'hôtellerie et de tourisme de Saint-Quentin-en-Yvelines ont reçu l'Europass.

Pistes de réflexion

Lors des premières assises des métiers de salle, un consensus s'est dégagé sur la nécessité de s'appuyer sur la formation pour lutter contre le déficit d'image dont souffrent ces professions.

La formation : un levier indispensable pour valoriser les métiers de salle

Les métiers de salle n'ont pas la cote auprès des jeunes. Le 23 janvier dernier, les premières assises des métiers de salle ont rassemblé 260 professionnels à la chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) pour tenter de comprendre pourquoi il est si difficile d'attirer de futurs candidats. Cette journée faisait suite à la mission interministérielle pilotée par Régis Marcon, avec le soutien du Fafih. Ainsi, la table ronde 'La formation : quels contenus pour une autre image des métiers de la salle ?' a été l'occasion d'explorer les pistes permettant de repositionner les métiers de salle au sein du secteur. Selon le rapport 2010 du Fafih, 56 % des jeunes formés aux métiers de la restauration et de l'hôtellerie passent trois ans dans ce secteur après leur sortie de formation. 64 % des jeunes présents dans les entreprises ne disposent d'aucune formation initiale spécifique à ces métiers. Les serveurs et employés polyvalents sortent rarement de filières spécialisées en restauration. Le constat est simple : le métier manque d'attrait et la formation devrait évoluer. Alors, comment faire rêver les jeunes ? Tout d'abord, en intégrant la théâtralisation dans les cours, et en revisitant les techniques pour casser les codes. L'innovation en formation serait un levier indispensable.

LA NOTION DE SAVOIR ÊTRE

Les acteurs de la table ronde se sont ensuite interrogés sur la notion de savoir être, qui passe par l'éducation, les règles de savoir vivre, l'hygiène, les valeurs humaines (générosité, partage, etc.). Il convient également de prendre davantage en compte l'évolution du métier, à savoir l'accueil, la



© THINKSTOCK

Il faut miser sur l'élégance pour que chaque jeune puisse s'approprier une identité professionnelle.

communication et la commercialisation. En entrant en école hôtelière ou en CFA, les jeunes sortent du 'cocon familial' et il n'est pas toujours facile pour eux de se confronter aux réalités du métier. Apporter une touche 'ludique' dans le référentiel les motiverait : ateliers de théâtre, de chant, voire de relooking, les propositions ne manquent pas. Ces différents travaux sur la posture, les gestes, le corps et la voix permettraient aux novices de gagner en confiance, d'affirmer leur personnalité, les aideraient à véhiculer une image positive d'eux-mêmes, à croire en leur potentiel. Pour appuyer cette démarche, des partenariats avec le monde associatif et artistique sont envisagés, mais aussi une synergie avec des élèves d'autres filières (fleuriste, esthétique...). Autre point important : la tenue professionnelle. Il faudrait miser sur l'élégance pour que chaque jeune puisse s'approprier une

identité professionnelle en développant un sentiment d'appartenance. Fini le cliché du 'costume-cravate', pourquoi, par exemple, ne pas proposer une tenue moderne, en partenariat avec une marque de vêtements clairement identifiée par les jeunes ?

DES PROGRAMMES SCOLAIRES EN ADÉQUATION AVEC LES ENTREPRISES

Le contenu des programmes pédagogiques est également à redéfinir, en fédérant, par exemple, les centres de formation avec les entreprises afin de permettre des passerelles entre eux par des interventions conjointes sous forme de travaux pratiques déplacés. C'est-à-dire ancrer la formation dans la réalité professionnelle de ces structures et dans la diversité des concepts de restauration. Il faudrait ensuite construire le référentiel en partant du produit pour que les élèves aient la possibilité de rencontrer des producteurs, des éleveurs et des viticulteurs et qu'ils puissent enrichir leurs connaissances et ainsi mieux assurer leurs ventes face aux clients. Autres pistes : avoir une approche davantage décloisonnée entre la cuisine et la salle, les enseignements professionnels et généraux ; ou encore proposer une formation continue aux enseignants (immersion en entreprise). La maîtrise d'une langue vivante - voire de deux - est indispensable, avec des mises en situation professionnelle pour faciliter son apprentissage. Sont restées en suspens quelques remarques sur le contrôle en cours de formation (CCF), dans lequel les professionnels regrettent de ne pas être suffisamment impliqués. Faudrait-il créer une charte ? Ou un élément de labellisation du centre de formation ?

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES EN LIGNE DE MIRE

Au-delà du contenu des programmes, il est devenu nécessaire de s'emparer des nouvelles technologies afin de rendre la formation plus attrayante pour les jeunes. L'objectif premier est que l'élève soit acteur de ses propres études. Il existe de nombreux moyens pour y parvenir : utiliser les réseaux sociaux, créer un blog qui retranscrirait les techniques apprises en cours, ou user des vidéos pour le travail sur le savoir être par exemple. Mais aussi communiquer davantage sur le site du Centre de ressources nationales hôtellerie restauration (CRNHR) afin d'en faire la promotion. Si le déficit d'image et de reconnaissance des métiers de salle pèse lourdement sur l'emploi du secteur, les pistes de travail qui viennent d'être envisagées vont permettre d'étayer la réflexion de la 17^e commission paritaire consultative du ministère de l'Éducation nationale. Et ce, dans l'unique but de valoriser ce corps de métier nécessaire à la profession. Régis Marcon en est convaincu : "La formation des métiers de salle est un enjeu majeur pour l'avenir des jeunes. Il faut rendre le métier attrayant, l'adapter aux demandes de l'entreprise, s'adapter au service actuel et encourager les formateurs en restaurant." Dans l'immédiat, les travaux des groupes et questionnaires distribués le 23 janvier dernier vont être traités pour réaliser un document récapitulatif. Il sera, par la suite, envoyé dans les écoles hôtelières, aux CFA, syndicats, et autres corporations. En attendant ce bilan complet, les 'deuxièmes assises' sont d'ores et déjà prévues pour 2013. L'horizon des métiers de salle semble s'éclaircir. **HÉLÈNE BINET**

Tribune libre

Ce MOF maître d'hôtel, du service et des arts de la Table 2011 pousse un cri d'alarme sur l'état de la profession.

Thierry Millet : "La salle ne fait plus recette"

Vatel, Frédéric Delair (La Tour d'argent), Maître **Albert Blaser** (Maxim's), **Claude Terrail** (La Tour d'argent), **René Lasserre** (Lasserre), **Jean-Claude Vrinat** (Taillevent) : tous ces personnages ont marqué leur époque au travers de leur noble profession : maître d'hôtel. La 'meilleure' cuisine du monde n'a peut-être pas lieu d'exister si elle n'est pas mise en lumière par un grand professionnel de salle. Pourtant, il est regrettable de constater que, dans leur choix d'orientation actuel, les jeunes tendent à se diriger davantage vers le tablier et la toque, pensant pouvoir passer un jour à la télé, au détriment du costume-cravate. Il devient difficile de recruter un maître d'hôtel avec tous les critères



Thierry Millet : "Il est grand temps de réagir !"

qualitatifs et techniques que cela comprend. En effet, maîtres d'hôtel, barmen ou sommeliers sont tous issus d'une solide formation de base en salle suivie d'une grande expérience de terrain. Les

écoles hôtelières devraient inviter plus souvent des maîtres d'hôtel pour des démonstrations, journées à thèmes et autres 'parrainages'. Ainsi que, les jours où celles-ci sollicitent un chef renommé, proposer une réalisation en duo aux étudiants. Le Sirha pourrait également présenter un concours réservé aux professionnels de la salle. Les concours de salle réservés aux élèves sont trop peu nombreux (concours général des métiers, coupe Georges Baptiste, trophée Thonon-Chateldon, coupe Canardiens...) et mal représentés sur l'ensemble du pays. Il est grand temps de réagir ! 2012 doit être l'année du changement : les acteurs, professeurs et professionnels doivent travailler de concert pour redorer le blason des métiers de la salle."

S'adapter à l'évolution de la clientèle

Château-Gontier (53) Anne-Laure Alléard, présidente des hôteliers de l'Umih 53, vient d'inaugurer la plaque du nouveau classement hôtelier de son établissement, le Parc Hôtel. À ses côtés ce jour là, de nombreux professionnels et personnalités, comme Jean Arthuis, sénateur et président du conseil général de Mayenne.



De gauche à droite : **Nicole Bouillon**, présidente du comité départemental de tourisme, **Jean Arthuis**, président du conseil général et sénateur, **Anne-Laure Alléard**, **Éric Pilloton**, préfet de Mayenne, **Olivier Alléard**, **Éric Jouanen** et **Philippe Henry**, maire de Château-Gontier.

Le Parc Hôtel, à Château-Gonthier (53), est le premier établissement du département à avoir obtenu fin 2011 son classement hôtelier nouvelles normes. Six autres devraient suivre rapidement. L'inauguration de la plaque, apposée à l'entrée, a eu lieu la semaine dernière. Pour **Olivier et Anne-Laure Alléard**, les propriétaires, ces trois étoiles, génération 2012, sont essentielles à l'avenir de l'entreprise. Se classer est une démarche désormais volontaire, qui représente "un repère fiable pour la clientèle, nationale et internationale". Compte tenu du principe de renouvellement tous les cinq ans, "c'est le moyen d'améliorer en permanence la qualité de l'offre hôtelière sur le territoire... Être davantage professionnel, c'est être toujours plus compétitif", estime Anne-Laure qui est également présidente des hôteliers de l'Umih 53. Le couple a repris cette affaire en octobre 2000. "Tout était à restaurer. Il n'y avait pas eu de travaux depuis au moins trente ans." Investissement à l'époque : 1,5 millions de francs (environ 228 000 €). En

2006, "nous avons de nouveau repris une vague de travaux. Mais cette fois, nous avons pu nous faire plaisir dans la décoration." L'hôtel compte 21 chambres et s'étend sur deux bâtisses : une maison de maître et les anciennes écuries. Bientôt, toutes les salles de bains vont être refaites, avec l'aménagement de douches à l'italienne notamment. "Toutes les améliorations que nous effectuons sont dirigées vers les clients."

CHARTRE DE CONFIANCE

Cette notion, Anne-Laure et Olivier Alléard y sont très attachés. "Notre métier, c'est l'accueil. Si nous ne cherchions pas à progresser, à nous adapter aux attentes qui évoluent, nous n'aurions pas de résultats. Mes parents ne voulaient pas que j'exerce ce métier. Ils savaient que cela demandait beaucoup d'engagements personnels. Mais je ne regrette pas d'avoir tenu bon. C'est un métier de contact, où l'on se remet sans cesse en question. Je n'arrive pas à comprendre les médias qui cultivent une image négative de notre secteur", confie Anne-Laure. L'image de la profession. Le sujet a fait

La Mayenne emboîte le pas

l'objet d'une charte de confiance entre la chambre de commerce et d'industrie des Pays-de-la-Loire, les CCI territoriales et l'Umih Mayenne, ratifiée en décembre dernier sur le thème : mieux recruter, accueillir et fidéliser les salariés. "L'idée a germé dans le département de la Loire-Atlantique, explique **Éric Jouanen**, président de l'Umih 53 et restaurateur à Laval. On dit aux gens : venez travailler chez nous. Nous avons de solides atouts, comme la mutuelle. Nous montrons qui nous sommes, nous ouvrons nos portes." Le dispositif est accompagné d'outils à destination des professionnels leur permettant, par exemple, de mieux

le marché, renforcer les compétences professionnelles, favoriser la transmission et la reprise des établissements, accompagner les entreprises en difficulté... Si la mesure fait l'objet d'un projet limité dans le temps (d'octobre 2011 à décembre 2012), la subvention s'élève à 20 % des dépenses.

80 KM DE HALAGE RÉSERVÉS

"Globalement, l'activité est relativement bonne sur l'ensemble du département", constate le président de l'Umih 53. Des sociétés comme Lactalis ou Bongrain, leaders européens du fromage, sont implantées en Mayenne. "Les hôteliers tirent davantage leur épingle du jeu chez nous. Les restaurateurs ont plus de mal, car les gens limitent leurs dépenses. Quant aux bistros, il est impératif qu'ils s'adjoignent d'autres types d'activité en semaine. C'est très compliqué pour eux." Anne-Laure met aussi en évidence des disparités liées aux différentes clientèles. "À Laval, en juillet et en août, c'est très calme alors que nous, à Château-Gontier, nous avons des touristes. C'est dommage pour Laval, car il y a de jolis sites à visiter." Le département possède quelque 80 km de halage réservés aux vélos, piétons et cavaliers. Au Parc Hôtel, il n'est pas rare que des vacanciers faisant étape pour une nuit décident de prolonger leur séjour. "On connaît peu la Mayenne, sourit Anne-Laure, native d'Aix-en Provence. C'est un pays de bocage et de rivière. On est un peu hors du temps et on ne s'ennuie jamais".

Sylvie Soubes



De gauche à droite : **Olivier et Anne-Laure Alléard**, **Éric Jouanen** et **Jean-Marie Chapin**, président des Logis de Mayenne lors de l'inauguration de la plaque.

appréhender l'entretien d'embauche. Le chef de La Gerbe de blé reconnaît qu'il faut également promouvoir le titre de Maître restaurateur. "En janvier, lors de l'assemblée générale des Tables de Mayenne, association à laquelle j'appartiens, il a été décidé que les membres allaient demander le titre cette année." L'Umih 53 met aussi en avant les aides accordées l'an dernier par le conseil général de Mayenne, présidé par **Jean Arthuis**. Dans la visée : adapter l'offre aux nouvelles exigences de la clientèle, faciliter la mise aux normes des établissements, améliorer la mise sur

Le Parc Hotel • 46 avenue du Maréchal Joffre • 53200 Château-Gonthier • Tél. : 02 43 07 28 41

Un titre gage de qualité

Saint-Fort (53) Les propriétaires de L'Aquarelle viennent de décrocher le titre de Maître restaurateur, grâce à leur logique de travail, d'approvisionnement et de gestion.

Mayennais, Maîtres restaurateurs et fiers de l'être

Bruno Emery, chef et patron de L'Aquarelle, a obtenu le titre de Maître restaurateur fin 2011. Pour lui et son épouse, **Jennifer**, qui veille sur la salle et l'accueil, ce label est incontestablement gage de qualité. "Quand les clients viennent, ils savent que c'est fait maison. Nous leur expliquons notre démarche et ça leur plaît", constate ce jeune couple qui a choisi de réduire la carte, mais joue la saison et les produits locaux. "Nous la renouvelons toutes les six semaines environ." Au programme : trois entrées, deux plats de poisson, deux de viande et trois desserts. "Nous avons un bocage et de beaux produits en Mayenne. Pourquoi aller chercher ailleurs ?" s'interroge le cuisinier qui aime préparer à la minute, au fur et à mesure... "Je suis à l'aise dans cette façon de travailler." À ses côtés, des apprentis qui tournent, épluchent, réduisent...



Jennifer et Bruno Emery : "Si on veut s'en sortir en restauration aujourd'hui, il faut beaucoup de rigueur."

"LA GESTION EST ESSENTIELLE"

Bruno a 23 ans quand il décide, avec sa jeune femme, de poser bagages dans ce restaurant d'une cinquantaine de place (et 35 en terrasse) situé sur

les bords de la Mayenne. C'était il y a neuf ans. "Si on veut s'en sortir en restauration aujourd'hui, il faut beaucoup de rigueur et ne pas faire n'importe quoi. La gestion est essentielle." L'établissement revendique un charme tranquille et gourmand avec vue panoramique sur la rivière. La clientèle est française, belge, anglaise, hollandaise... Ticket moyen : 13,50 € en semaine et 30 € le week-end. Bruno et Jennifer sont fiers de leur restaurant et du travail qu'ils y mènent. Un souci vient toutefois embrumer l'avenir. "Les travaux pour l'accès aux personnes handicapées vont être très importants. Il faudrait que nous fassions installer un élévateur... Le budget qu'il faudrait consacrer est énorme et n'est pas à notre portée." L'inquiétude est bien réelle.

S.Y.S.

L'Aquarelle • 2 rue Félix Marchand • 53200 Saint-Fort

Éviter la case 'surcharge administrative'

Ce dispositif permettant à des établissements CHR de recevoir des musiciens professionnels et amateurs à certaines conditions est expérimenté pendant six mois dans les pays de Loire.

Cafés cultures : les pays de Loire en test pendant six mois



"Le Café culture doit être producteur de spectacles", estime Laurent Lutse.

CHR de type N-5 - détenteurs d'une licence de débit de boissons et/ou de restaurant, relevant de la convention collective des CHR et ayant une

capacité d'accueil de moins de 200 personnes - de recevoir des musiciens amateurs et professionnels sans passer par la case 'surcharge administrative'. Jusque-là, ces établissements avaient le droit d'organiser six animations par an. Au-delà, ils étaient apparentés aux salles de

spectacle et devaient obtenir la licence d'entrepreneur de spectacles.

ADAPTER LA RÉGLEMENTATION

Une obligation "disproportionnée dans les faits et qui représente des coûts énormes", estime Laurent Lutse. "On ne peut pas comparer un Zénith et un bistrot... Sachant aussi que les artistes, pour démarrer ou se rôder, ont besoin de petits lieux de diffusion. Il fallait mettre en adéquation ces besoins en adaptant la réglementation et en encadrant la programmation de la diffusion des amateurs." Un protocole de bonnes pratiques a ainsi été signé en mars 2011 entre l'Umih et le Snam-CGT (Union nationale des syndicats d'artistes musiciens), "et il a été validé par la direction générale du travail".

Nouvelle étape à partir de février 2012, présentée au Bis de Nantes : l'expérimentation du dispositif en pays de Loire pour six mois avec l'accès à un fonds d'aide à l'emploi artistique, qui sera alimenté par les collectivités et des partenaires privés comme Kronenbourg. "Le Café culture doit être producteur de spectacle", estime Laurent Lutse. Concrètement, les artistes vont recevoir une rémunération et le fonds d'aide va couvrir la prise en charge d'une partie du coût employeur, calculée sur la base du salaire minimum. Dans les tablettes, une formation spécifique de deux jours pour les exploitants voulant proposer des animations régulières. "L'idée étant d'aboutir au principe d'une petite licence d'entrepreneur de spectacle", termine Laurent Lutse.

SYLVIE SOUBES

Laurent Lutse, président de la Fédération nationale des cafés, brasseries et monde de la nuit au sein de l'Umih, était présent aux biennales internationales du spectacle (Bis) fin janvier à Nantes pour le lancement de 'Café culture'. Ce dispositif permet désormais à des établissements

"On ne peut pas réclamer des miracles"

Toulouse (31) À programme chargée, atmosphère attentive : l'assemblée générale de l'Umih 31 a été marquée par de nombreuses interventions d'adhérents autour de la nouvelle tarification de la Spré et de la Sacem.

Umih 31 : une assemblée générale studieuse

Dès l'ouverture de l'assemblée générale, le ton était donné par Guy Pressenda, président de l'Umih 31, qui présentait les différents dossiers (TVA à 7%, titre de Maître restaurateur, formation, classification hôtelière, normes de sécurité) :

"L'assemblée n'étant pas électorale cette année, elle sera forcément studieuse."

"La formation est la clé de notre métier, a-t-il ajouté. On estime que 60 %

de nos adhérents sont des autodidactes. Mais patrons comme salariés ne sont pas au courant qu'à travers des formations, ils peuvent valoriser leurs acquis. Nous avons d'excellents centres qui proposent des formations. Mais les professionnels sont souvent trop frileux comme ils le sont à l'égard du titre de Maître restaurateur."

La présidente de la branche restaurateurs, Tony de Rus Manenc, a évoqué la nouvelle TVA à 7 % et insisté sur le fait que les restaurateurs avaient tenu leurs promesses lors de l'application du taux à 5,5 %. "Nous avons baissé les prix, embauché. Beaucoup d'établissements proposent aujourd'hui des menus à moins de 10 €, et, à ce prix-là, on ne peut pas réclamer des miracles", a-t-elle estimé.

"ÊTRE UN VRAI GESTIONNAIRE"

Joëlle Pelata, présidente de la branche hôtellerie, a noté que l'année 2011 avait été "moyenne en termes de fréquentation", déplorant "le nombre



Guy Pressenda (au centre) entouré par Tony de Rus Manenc (restaurateurs) et Bernard Bosc (président de la branche bars-brasseries).

croissant de résidences hôtelières à Toulouse qui représentent 30 % du parc hôtelier". Elle a relevé que "désormais 70 % des ventes s'effectuent par l'intermédiaire des sites de réservation, ce qui a une incidence pour les hôteliers qui reversent des commissions de 20 %".

Joëlle Pelata a souligné que "pour être hôtelier aujourd'hui, il fallait être un vrai gestionnaire" : "Il faut savoir être moins cher un jour et plus cher un autre", a-t-elle dit. Joël Pauly, délégué régional de la Spré (Société pour la perception d'une rémunération équitable), et Philippe Le Moen, directeur régional de la Sacem, ont expliqué les nouvelles tarifications, en place depuis janvier, s'attirant des remarques acerbes de la part des adhérents de l'Umih.

Guy Pressenda a annoncé le renouveau de la course des garçons de café à Toulouse que l'Umih 31 entend inscrire dans le cadre de la Fête de la gastronomie.

BERNARD DEGIOANNI

Renforcer l'interactivité

Les secrétaires administratives départementales de la confédération des professionnels indépendants de l'hôtellerie (CPIH) étaient réunies en séminaire à Paris.

La CPIH renforce ses outils de communication



Les secrétaires administratives départementales de la CPIH ont été accueillies par Gérard Guy, président, au siège parisien du syndicat.

Ce séminaire avait un ordre du jour très dense : faire le point sur les dernières évolutions et négociations en matière sociale, les nouveaux protocoles d'accord Sacem et Spré, sans oublier les nombreuses questions relatives à l'application du taux réduit de TVA à 7 %. Chevilles ouvrières de l'action de la CPIH dans les départements, les secrétaires administratives doivent pouvoir répondre aux différentes questions des adhérents.

Cette journée a aussi été consacrée à la présentation du plan de communication, par Charlotte Le Moniet, responsable de la communication au sein de la CPIH et qui a pris ses fonctions début décembre. L'objectif visé est de renforcer l'interactivité entre les départements et l'instance nationale à Paris. Et ce afin de remonter ou redescendre les informations et systématiquement les relayer auprès de la presse. Autre objectif à atteindre : publier régulièrement sur le site web du syndicat et les relier aux réseaux sociaux pour être plus visible sur le web et particulièrement auprès des jeunes "qui sont nos futurs adhérents", précise Charlotte Le Moniet. Formées aux procédures techniques du site internet national, les secrétaires vont pouvoir apporter leurs contributions en les déclinant au niveau départemental.

PASCALLE CARBILLET

42 Produits de fête

Séduisez vos clients

Pour la **Saint-Valentin 2012**, faites



Christophe Roussel, pâtissier-chocolatier à la Baule et Guérande (44), présente une collection gourmande et glamour.

La Cage en chocolat renferme un cœur rouge passion garni de ganache framboise gingembre et de gingembre confit.



Duo torride est un entremets à la crème parfumée d'un duo vanille-framboise et gingembre-yuzu posé sur un biscuit sablé, rassemblée au centre par un cœur.

Emmanuel Ryon, le chef pâtissier du Café Pouchkine, propose Bon baiser de Moscou, à base de chocolat, meringue et un biscuit parfumé à la noisette et à la mandarine.



Hugues Pouget, d'Hugo et Victor, a imaginé une fleur sanguine composée d'une mousse à la fleur d'orange acidulée à l'orange sanguine et décoré de suprêmes d'oranges.



Fauchon propose une déclinaison autour du cœur, surmontée d'une pensée. Cet entremets est composé d'une meringue à la fraise, de 2 cœurs de coulis aux saveurs de fraise ou d'arôme de yuzu, d'une mousse au chocolat, d'une ganache vanille Bourbon et d'un velours rose de ganache légère au chocolat blanc, le tout décoré par une pensée.

Pour cette Saint-Valentin, **Eric Kayser** livre sa variation sur le thème incontournable du cœur : sa brioche aux pralines roses en a repris la forme.



Calon-Ségur, au cœur de la Saint-Valentin

Le **château Calon-Ségur**, grand cru de saint-estèphe, possède une étiquette sur laquelle un cœur est dessiné. Un emblème qui se retrouve aussi dans le nom du vin puisque 'calon' signifie cœur en breton. Ce Saint-Estèphe toujours généreux et distingué, au bouquet riche et puissant, sera mis en avant par 25 grandes tables de l'Hexagone le soir de la Saint-Valentin. Entre autres.



Un cœur gravé sur l'étiquette.

Gosset Celebris vintage 1998 extra brut et ses deux flûtes

Champagne **Gosset** propose pour la Saint-Valentin sa cuvée Celebris vintage 1998 extra brut dans un coffret noir et argent accompagné de deux flûtes en cristal, soufflée bouche et rehaussées du monogramme maison, où le G et le C s'entrelacent comme deux amoureux. Des verres dont la forme permet de sublimer un vin puissant et concentré, offrant en bouche des notes de sous-bois et de mousserons et toujours une étonnante fraîcheur. Conseillé de l'apéritif au dessert, ce champagne se marie parfaitement avec du caviar osciètre, du jambon sec espagnol finement tranché, une volaille fermière rôtie ou encore un assortiment de sashimis.

www.champagne-gosset.com



Un tête à tête prometteur...

UN GRAIN D'AMOUR AVEC LES VIGNERONS DE BRULHOIS

Opération originale autour de l'AOC brulhois et de la cuvée Grain d'Amour à l'occasion de la Saint-Valentin. En décollant le coupon disponible sur la bouteille, le consommateur peut gagner une montre ou un diamant d'une valeur de 300 € chacun. Le vin, à l'image de son terroir, le Sud-Ouest, est à la fois doux et gourmand. Dominé par des arômes de fruits blancs et des notes de vanille, il convient à l'heure de l'apéritif, sur du foie gras, des fromages persillés, des desserts aux fruits. Vinifié à partir de muscat de Hambourg et de cabernet, il affiche une robe rose pâle. Se déguste très frais.

www.vigneronsdubulhois.com



Le champagne au féminin avec Nicolas Feuillatte

Un vin harmonieux, fruité, au style frais et élégant : le brut rosé de **Nicolas Feuillatte** est, dit-on, le champagne de prédilection des palais féminins. Proposé dans un étui cadeau, il est idéal à l'heure de l'apéritif et convient aussi sur des saveurs gourmandes de la même couleur...

www.nicolasfeuillatte.com

des amoureux

Le 14 février arrive à grands pas, et les amoureux attendent d'être surpris et de surprendre dans vos établissements. Pour les restaurateurs en manque d'inspiration (ou non), voici une sélection de pâtisseries de créateurs, sensuelles et originales, et les élixirs choisis et capiteux qui vont avec pour décocher les flèches de Cupidon.



Pierre Hermé a imaginé un macaron 'Envie'. Celui-ci est constitué d'un biscuit macaron, d'une crème vanille parfumée à la violette et agrémenté de baies de cassis.

Pierre Hermé dévoile également une collection de cœurs. **Désiré** commence par une pâte à sablé breton, suivi d'une crème au citron, d'une compote de fraises et de bananes, que vient conclure un biscuit moelleux au citron et des fraises des bois entières que l'on retrouve également en décor.



Ispahan est un biscuit macaron à la rose accompagné d'une crème aux pétales de rose, framboises et litchis.



Ivoire : une pâte feuilletée caramélisée, surmontée de fines feuilles de chocolat blanc entrecoupées de riz au lait au mascarpone, d'une crème de mascarpone, de fruits moelleux et de croquants à la gelée de vinaigre balsamique.

Saint-Valentin sensuelle et suggestive avec le Coco fesses conçu par **Patrick Roger** et son bâton de pluie au chocolat noir.



Catherine Cluizel a imaginé Chocolove, un trio de cœurs de chocolat noir et au lait aux éclats de caramel au beurre salé avec des perles de sucre.



Saint-Valentin pour tous avec Comptoir des Vignes

Ouvrez vos sens !

Tel est le nom de l'animation lancée par C10 et Comptoir des Vignes le 14 février prochain, jour de la Saint-Valentin. Le distributeur a choisi de 'dépoussiérer' le concept en s'adressant à tous les clients du restaurant, qu'ils soient ou non en couple. "La mécanique promotionnelle est simple, elle permet à la fois de théâtraliser le point de vente et de valoriser tous les consommateurs. Pour l'achat de 24 bouteilles de 75 cl ou de 50 cl, de 36 bouteilles de 37,5 cl ou de 48 bouteilles de 18,7 cl parmi la sélection Comptoir des vignes, les professionnels bénéficient d'une remise en gratuité



et reçoivent un kit d'animation composé de trois affiches et de 30 chevalets de table. Le kit comprend également 30 badges collector et 25 cœurs anti-stress !"

Quant aux vins sélectionnés, ils sont tendres, délicats et gourmands. Saint-Amour, champagne, syrha...

L'Hôtellerie Restauration

L'heβδο des C.H.R. • 3 €

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

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

**RESPONSABLES
DE RUBRIQUE**

**WEBNEWS/RESTAURATION/
FORMATION**

Nadine Lemoine
E-mail :
nlemoine@lhotellerie-restauration.fr

**ORGANISATIONS
PROFESSIONNELLES/VINS/
LICENCE IV/CAFÉS**

Sylvie Soubes
E-mail :
ssoubes@lhotellerie-restauration.fr

SERVICE JURIDIQUE

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

VIDÉO

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

SECRETARIAT DE RÉDACTION
Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

RÉDACTEURS GRAPHISTES
Patricia Delville et Nathalie Hamon

DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ
JEAN-PIERRE LESAGE

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
CHRISTIAN BRUNEAU

CONCEPTION GRAPHIQUE
Claude Veyrac/Richard Kubicz/
Provenances

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

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



Presse PRO

DES CUVÉES AUX NOMS ÉVOCATEURS MADE IN PROVENCE

Valentines 2010 (côtes de provence, château Les Valentines, La Londe-les-Maures) : robe pâle, nez frais, aérien, avec une pointe minérale, baies sauvages puis agrumes. Bouche ronde et enrobée avec un grain serré, du gras vite relayé par l'acidité minérale, agrumes et fruits exotiques. Finale suave et croquante. 11 € la bouteille.



Les Valentines, une cuvée à point nommée pour le 14 février.

fraîche, soulignant le gras et l'ampleur du fruit tout en se mêlant aux senteurs boisées. Finale longue et généreuse. Un vin complexe et original. 24 € la bouteille.

Dame de Cœur 2010 (côtes de provence, domaine du Clos des roses, Fréjus) : couleur rose pâle,

brillante et limpide, avec des reflets légèrement saumonés. Les arômes sont assez complexes, discrets et élégants. Belle persistance aromatique, sur des notes de fleurs relevées de fruits exotiques.

Bouche ample et harmonieuse. 15 € la bouteille.

Romance 2010 (côtes de Provence, château de Berne, Lorgues) : robe saumonée très pâle. Nez intense aux notes d'agrumes. La bouche est franche et fraîche avec des arômes d'abricot et de pêche. Vin aromatique flatteur d'une belle persistance. 6 € la bouteille.

Passion 2010 (coteaux d'aix-en-provence, Les Vignerons du Castellans, La Fare-les-Oliviers) : robe rouge et profonde, nez de fruits rouges et d'épices. Belle structure avec une bouche soyeuse. 3,50 € la bouteille.

“Un sujet très complexe”

Paris (VIII^e) La 62^e édition, présidée par Andrée Rosier, la première femme MOF cuisinier, a couronné le sous-chef de Yannick Alléno au Meurice, lors de la remise des prix lundi soir au cercle de l'Union interalliée à Paris.

Yu Sugimoto remporte le prix culinaire Prosper Montagné 2012

C'est dans les cuisines de l'école Grégoire Ferrandi à Paris (VI^e) que tout s'est joué lundi dernier pour le prix culinaire Prosper Montagné. Les 6 candidats sélectionnés sur recette avaient 4 heures pour envoyer un premier plat : interprétation libre d'un vol-au-vent à base de ris de veau pour 8 personnes. Une heure plus tard, c'était au tour du plat principal, toujours pour 8 personnes, avec une recette de filets de merlan (dressés sur un plat rectangulaire) accompagnés d'une première garniture individuelle à base de blettes, d'une seconde libre et d'une troisième servie à partir de pommes soufflées. “Le sujet était très complexe, assure la présidente du jury **Andrée Rosier**. Entre le vol-au-vent avec la pâte feuilletée à réaliser sur place et les pommes soufflées, les candidats ont prouvé leur maîtrise des techniques, le respect du produit, de l'assaisonnement. Tout le monde a sorti du beau travail.” La jeune femme était arrivée 2^e de ce concours en 2005. “Je m'en souviens comme si c'était hier. C'est un concours prestigieux et j'avais choisi d'y participer avant de me lancer dans le concours des MOF. Je suis très honorée d'en être la présidente cette année”, confie la chef des Rosiers à Biarritz (64). “Bravo Yu”, tel a été le message adressé par **Yannick Alléno** à son sous-chef. **Yu Sugimoto**, 31 ans et déjà six ans de collaboration avec le chef 3 étoiles du Meurice (1^{er}), vient en effet d'inscrire cette première victoire à son palmarès. “Le thème, plutôt dur, m'a tout de suite intéressé. En cuisine, on ne fait plus la pâte feuilletée nous-mêmes quand on a des pâtisseries.



J'ai dû m'y mettre, raconte Yu Sagimoto. J'ai fait aussi plus d'une centaine de pommes de terre soufflées. Deux mois de préparation intense.”

À l'issue des épreuves, le cuisinier était confiant. Le jury l'a suivi. Yu Sagimoto est donc le premier Japonais à remporter le concours Prosper Montagné, et il en est fier. “Je veux encore progresser. Il y a toujours

De gauche à droite : **Grégory Halgand** (2^e), **Yu Sugimoto**, vainqueur, **Andrée Rosier**, présidente du jury, **André Fournet**, président du club Prosper Montagné, et **Akihiro Kikuchi** (3^e).

du travail à faire. Je reste sur cette ligne.” A-t-il d'autres concours en vue ? Être le premier Japonais à décrocher le titre Un des meilleurs ouvriers de France ne serait pas pour lui déplaire. **NADINE LEMOINE**

LE PALMARÈS

- Lauréat** : **Yu Sugimoto**, restaurant de l'hôtel Le Meurice à Paris (1^{er})
2^e : **Grégory Halgand**, restaurant de l'hôtel Dolce Chantilly à Chantilly (60)
3^e : **Akihiro Kikuchi**, restaurant Hills Club à Tokyo (Japon)
Kaoru Takagi, La Plancha à Maisons-Laffitte (78)
Christophe Vauthier, Les Célestins à Vichy (03)
Vincent Pléau, restaurant de l'hôtel Warwick à Paris (VIII^e)

LE JURY 2012

Présidente : **Andrée Rosier**, Les Rosiers à Biarritz (64), MOF
Jury cuisine : **Christophe Moisan**, Céladon à Paris, lauréat 1997 ;
Denis Rippa, La Méditerranée à Paris, lauréat 2008
Jury dégustation : **Pierre Alix**, ancien chef de cuisine et Maître cuisinier de France ; **Didier Avril**,

président des Maîtres cuisiniers de France, MOF ; **Étienne Chavrier**, poissonnier à Roanne (42), MOF ; **Rémy Pierre Draï**, gastronome du club Prosper Montagné ; **Jean-François Lemerrier**, Les Grands Jeux à Aix-en-Provence (13), MOF ; **Michel Philippe**, l'Hostellerie des Bas-Rupts à Gérardmer (88) ; **Philippe Renard**, Hôtel Lutetia à Paris (VI^e) ; **Christian Têtedoie**,

président des Maîtres cuisiniers de France, MOF ; **Patrice Trincali**, directeur de la Mutuelle des cuisiniers de France ; **Jacques Charrette**, président adjoint de l'Académie nationale de cuisine ; **Christophe Haton**, professeur de cuisine à Tecomah, MOF ; **Christian Foucher**, responsable des manifestations et concours de l'école Grégoire Ferrandi.

En direct des Blogs des Experts



Lave-mains DANS la cuisine : sont-ils tolérés ?

➤ Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot-clé **RTK9233** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Abonnez-vous

L'Hôtellerie Restauration
LHOTELLERIE-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