

- **Fonds de commerce**
pp. 14-22
- **Offres et demandes
d'emploi** pp. 50-68
du *Supplément Carrières*

**La prime
TVA et la grille
de salaire**

**Les sites
d'opinion
sur internet**

**Thibaut Ruggeri
représentera
la France au Bocuse
d'or Europe**

8 mars 2012
N° 3280

L'Hôtellerie Restauration

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



À l'occasion du **Salon LHR Emploi**, retrouvez notre **Supplément Carrières** distribué avec ce numéro

Tour d'horizon pp. 2-3

Qu'est-ce qu'un bon café ?

Le café ne cesse de se moderniser, porté par de nouveaux acteurs qui propagent sa culture et en font un produit infiniment tendance. Du côté des fournisseurs, d'abord, des torréfacteurs artisanaux passionnés mettent en avant les notions de cru et de terroir, créent leurs propres assemblages, font partager leurs découvertes à leurs clients. Du côté de la préparation ensuite, le barista - 'sommelier du café' hautement qualifié dans la connaissance des variétés et de leurs qualités organoleptiques - a fait son apparition dans les établissements. À l'image du barman, la dextérité de cet expert du café peut s'avérer très visuelle et spectaculaire, d'où les concours et les tournois de plus en plus nombreux. Enfin, du côté des points de vente, de grandes chaînes internationales s'implantent et connaissent un succès spectaculaire dans l'Hexagone, tels IllyCaffè, McCafé ou Starbucks qui ont multiplié les ouvertures depuis les années 2000.



© THINKSTOCK

(Dés)avantage comparatif

En publiant le 22 février dernier une étude intitulée 'Les déterminants du coût du travail en France', la division Salaires et revenus d'activité de l'Insee dresse un panorama fort instructif de la structure des salaires selon le secteur d'activité. Rassurons-nous, ce document a peu de chances de faire partie des meilleures ventes en tête de gondole. Malgré son aridité et sa probable obsolescence, puisqu'il s'agit de chiffres pour l'année 2008 dont on peut comprendre qu'ils nécessitent une collecte rigoureuse et donc forcément longue, cette étude ne saurait laisser indifférents ni les politiques ni les responsables professionnels. Surtout pas ceux de "l'hébergement et restauration", selon la terminologie de l'institut, qui ne peuvent que réfléchir à améliorer un classement peu flatteur. Même s'il ne s'agit pas en quelques lignes de résumer un document fort détaillé, il suffit d'évoquer la notion certes technique mais néanmoins parlante de 'coût annuel par salarié en équivalent temps plein' pour mesurer le fossé entre la profession et la plupart des autres secteurs d'activité.

Pour une moyenne de 50 851 € pour l'ensemble 'industrie et services marchands', l'hébergement et la restauration affichent un maigre 34 763 € qui les classent bons derniers des 14 secteurs analysés. Et ce n'est guère mieux dans l'analyse de la décomposition de la structure salariale de chaque activité : la profession bénéficie de la part la plus faible de cotisations sociales sur salaire brut (34,8 % pour une moyenne de 41,3 % dans toutes les activités tertiaires), tandis que l'épargne salariale plafonne globalement à 3,20 % du salaire brut, mais seulement à 0,9 % pour la profession.

À titre de comparaison, mais ce n'est pas pour démoraliser quiconque, la finance et les assurances sont à 79 098 € pour une épargne salariale de 5,76 %.

Toutes ces données ne sont certes pas l'exact reflet de la réalité quotidienne, mais elles peuvent contribuer à nourrir un débat inévitable sur les modes de rémunération dans une profession en quête d'attractivité auprès des jeunes qui n'hésitent pas à faire jouer la théorie de l'avantage comparatif sans état d'âme.

L. H.

En bref

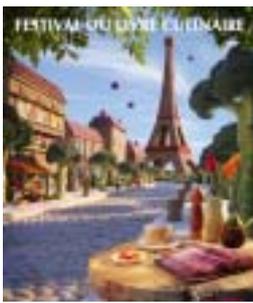
8 nouveaux hôtels pour Best Western



Best Western poursuit son développement avec l'acquisition de 8 nouveaux hôtels à Guyancourt (78), Dorlisheim (67), Fougères (35), Mignaloux (86), Buc (78), Paris (IX^e), Rambouillet (78) et Saint-Herblain (44).

Le Festival du livre culinaire est lancé

Jusqu'au 11 mars se déroule la 3^e édition du Festival du livre culinaire au Centquatre, à Paris (XIX^e). Réservé aux professionnels, il s'ouvre au public le week-end. La Chine et la Bretagne sont



dont le Live Cooking Show, où des chefs font des démonstrations de recettes issues de leur dernier ouvrage. Une partie est également consacrée au bar, avec des dégustations d'alcool et de vin, en présence de viticulteurs,

les invités de ce salon, présidé par Michel Roux. De nombreuses animations sont programmées

d'auteurs et d'éditeurs venus du monde entier. www.festivaldulivreculinaire.fr

Gourmandise et théâtre : 'Amuse-bouches' de L'Amphitryon

Les travaux du restaurant L'Amphitryon à Colomiers (31) sont presque terminés, la réouverture est prévue vers le 15 avril. L'incendie du mois d'août dernier ne sera alors plus qu'un mauvais souvenir. Pour Amuse-bouches, l'équipe de l'Amphitryon s'est transformée en troupe de théâtre, coachée par la compagnie Paradis-

Eprouvette. "On l'a fait pour vous, parce que vous nous manquez", s'est enflammée Sandrine, la directrice, à l'intention du public, parmi lequel on a pu apercevoir le ministre de la Culture, Frédéric Mitterrand. De passage à Toulouse, il est venu saluer la troupe et a apporté son soutien au chef Yannick Delpech et à son équipe.

Tour d'horizon

Torréfacteurs indépendants, concours connaissent une période de renouveau

Les tendances d'

Le café ne cesse de se moderniser, porté par de nouveaux acteurs qui propagent sa culture. Torréfacteurs artisanaux, baristas passionnés et grandes chaînes internationales participent à en faire un produit infiniment tendance.

LES NOUVEAUX TORRÉFACTEURS

Avec une ou plusieurs boutiques, les torréfacteurs artisanaux veulent faire connaître les arômes du café fraîchement torréfié, la variété des crus ou leurs propres assemblages et ne laissent pas les chefs indifférents. Terres de café est une marque créée par **Christophe Servell** en 2009. Audit, vente et location de machines, formation, assemblage sur mesure et service après-vente, l'enseigne propose différentes formules aux professionnels visant toutes le suivi régulier des machines. Il n'y a pas de bon café sans machine bien entretenue. Lieu de vente et de dégustation, la 4^e boutique comptoir Terres de café vient d'ouvrir à Paris, avec une vingtaine de variétés, des grands crus, des blends et un assemblage spécialement créé pour la boutique. Selon **Pauline Mayot**, qui travaille sur le développement commercial de la marque, "la tendance est au cru, au café de terroir et si l'on peut donner le nom de la ferme, c'est encore mieux". L'engagement sur l'origine et la traçabilité traduit le sérieux du torréfacteur, sans compter qu'il est aussi sourceur et a envie de faire partager ses découvertes à ses clients. Dans le cadre d'une maison de café, ces noms aux consonances exotiques permettent au client de voyager le temps d'un café et, même s'il ne visualise pas la région de production (à moins qu'il ne connaisse le Costa Rica ou l'Éthiopie), le nom de la ferme est déjà gage d'évasion. Reste au professionnel à faire durer le rêve en détaillant les arômes et les qualités du café qu'il sert. Bref, une découverte et un plaisir partagé.

Après cinq ans passés à Melbourne (Australie) pour se former auprès de torréfacteurs, **Antoine Nétien** ouvre, avec son associé australien **Tom Clarck**, Coutume café (Paris, VII^e) en 2010. Un lieu atypique, avec son imposant torréfacteur dans le fond de la salle, son mobilier scandinave et ses clients buvant leur café les yeux rivés sur leur ordinateur. Grâce à son équipement de pointe (une Marzocco) et son envie de faire découvrir, Coutume café décline le p'tit noir sous différentes

formes. À la carte, les clients choisissent parmi les origines et les extractions, expresso, café noir, système goutte à goutte (24 heures pour un café) ou 'café siphon'. Ce café épais se préparait dans les palaces parisiens jusque dans les années 1970. On le retrouve aujourd'hui à l'hôtel George V (VIII^e) fourni par Coutume café grâce à une machine rééditée au Japon. Autre client, l'Hôtel de Vendôme (I^{er}), qui propose l'après-midi le 'Coffee Time' avec ses pâtisseries et ses cafés grands crus. Coutume café les accompagne de l'installation de la machine aux assemblages désirés. Le café est considéré avec la même exigence qu'un autre produit de gastronomie. Et le résultat est là...

Antoine Nétien et son associé font partie d'une communauté très active sur internet qui réunit des torréfacteurs passionnés à travers le monde. Certains viennent de pays dans lesquels la culture du café était inexistante il y a peu encore, d'autres parcourent les plantations à la recherche de grains exceptionnels et proposent d'acheter en commun. Antoine Nétien veut créer un même réseau en France, et se réjouit de l'arrivée de nouvelles enseignes, "ça donne une dynamique et contribue à faire connaître le café de qualité".



Cappuccino et Latte Art chez Coutume Café.

LE BARISTA

Ce terme d'origine d'italienne désigne aujourd'hui le professionnel hautement qualifié dans la préparation du café et plus seulement celui qui se tient derrière le comptoir pour le servir. Le barista est devenu un expert dans la connaissance du café, ses variétés, ses qualités organoleptiques mais aussi dans l'art de le préparer. À l'image des barmen, la dextérité de ce 'sommelier du café' peut s'avérer très visuelle et spectaculaire, d'où les concours et les tournois de plus en plus nombreux. La France compte des initiatives locales comme chez Coutume café, des concours organisés par les marques de café, comme Malongo auprès des étudiants et des professionnels, mais aussi son championnat... En janvier 2011

angle

de barista, déploiement de grandes chaînes, la France et son p'tit noir asé sur un triptyque : quête du meilleur café, découverte et formation.

du café en France



La boutique Terres de Café.

au Sirha de Lyon, se tenaient pour la première fois les championnats de France de Barista, de Cuptasting (reconnaître les spécificités organoleptiques des cafés) et de Latte Art (l'art de réaliser des dessins sur la mousse de lait d'un expresso). Et pour la 4^e année consécutive, la France a participé aux sélections pour le World Barista Championship qui se sont tenues à Bogota (Colombie) en juin 2011. Les prochains championnats de France se tiendront du 4 au 6 juin 2012 dans le cadre du Salon du bar et des barmen à Paris, avec également le championnat de France de Coffee in Good Spirits (inscription sur www.scaefrance.org).

LES NOUVEAUTÉS DES GÉANTS

Illycaffè crée les 'monoarabicas' et développe ses Espresso
Depuis sa création en 1933, Illy produisait un seul et unique mélange de neuf arabicas. En 2011, la volonté "d'entrer dans un parcours pédagogique", selon **Erika Le Noan**, directrice Illy France, donne lieu au lancement de trois 'monoarabicas' baptisés Guatemala, Éthiopie et Brésil. Illy organise en 2011 un voyage au siège à Trieste, pour sensibiliser les chefs à ces produits. Ainsi, **Michel Portos** découvre "le savoir-faire de la marque, la recherche esthétique, son côté high-tech et son esprit très familial". Le chef s'interroge : "Est-ce que le client sera attentif à ce que son café soit un monocépage ?" Lorsqu'il est arrivé au Saint-James (Bouliac, 33), le chef avait créé un café avec un torréfacteur, mais "les clients ne se retrouvaient pas dans son goût". Ce qui compte pour lui est de

servir "un bon café", aussi le chef trouve indispensable que, chaque mois, un technicien Illy vienne vérifier et nettoyer les machines. Proposés aux professionnels, les 'monoarabicas' sont aussi servis dans les Espresso, ces coffee shops à l'italienne lancés en 2006 et déclinés dans le monde entier (200).

McCafé crée une école et lance son concours : les BariStars

L'enseigne, née en Australie en 1993, s'est étendue ensuite en Asie, aux États-Unis et en Europe. La France a découvert son premier McCafé à La Défense en 2004, et en compte 150 aujourd'hui (plus de 12 % des restaurants McDonald's ont un McCafé). 250 à 300 points de vente sont prévus d'ici à trois ans. En 2011, la marque a lancé son petit déjeuner à la française (avec pain baguette), ainsi que le premier concours BariStars auprès des baristas des McCafés. Actuellement, elle communique sur la McCafé École et le savoir-faire des 500 baristas qu'elle forme chaque année, "une institution pointue qui enseigne aux futurs experts l'histoire du café et la maîtrise des nombreuses techniques utilisées au quotidien dans les 150 McCafés de l'Hexagone", explique la marque.

Starbucks se met aux jus

La chaîne devenue emblématique du café cherche, elle, à se diversifier et vient de racheter la marque de jus de fruits Evolution Fresh. Pour **Howard Schultz**, président de Starbucks Coffee Company, "notre intention est de construire une marque en accord avec les enjeux de santé et de bien-être actuels et d'en tirer parti grâce à nos ressources et la qualité de nos produits." Starbucks prévoit de nombreux investissements pour les installations existantes afin de faciliter la distribution de ce nouveau produit. Après l'explosion de l'enseigne Starbucks dans les années 1990 et 2000, les nouvelles chaînes ne se privent pas de ce concept qui allie la culture italienne du comptoir où l'on échange avec le barista et la culture anglo-saxonne du lieu où l'on se sent 'comme à la maison'. Le boom du bon café en France ne fait-il que commencer ? D'après Antoine Nétien, de nouvelles enseignes, comme l'australienne Toby's Estate (www.tobystestate.com.au), prévoient de s'installer bientôt dans l'Hexagone. "Attention, prévient-il, leurs concepts sont très bien rodés. On devrait de plus en plus entendre parler du café dans les années à venir".

CAROLINE MIGNOT

Le temps de se refaire une beauté

Paris (VII^e) Sur la place de la Concorde, le palais fermera ses portes à la fin de l'année pour des travaux de rénovation qui dureront plusieurs mois.

Dernier lever de rideau au Crillon



La façade rénovée du palais Louis XV.

Si le luxe, c'est la vue, alors l'hôtel de Crillon est incontestablement l'hôtel le plus luxueux de Paris. Pourtant, cet ancien palais de Louis XV a pris de l'âge. Construit en 1758, l'établissement a pris son nom en 1788, lorsqu'il fut acquis par la famille de Crillon. En 1909, une première rénovation en fera, avec le Ritz, le premier palace parisien.

En 2011, après son rachat par un membre de la famille royale saoudienne, l'établissement subit un ravalement de façade, mené par **Étienne Poncelet**, architecte en chef des Bâtiments de France. Il aura fallu un an d'un "travail de microchirurgie architecturale, de haute technicité dans un cadre d'urbanisme hors normes", selon l'architecte, pour restaurer l'ensemble de la façade. Aujourd'hui, c'est donc la deuxième partie des travaux qui va être engagée. "L'hôtel en avait besoin, explique Étienne Poncelet. Il s'agit de repenser les volumes, de redéfinir les espaces pour en faire un établissement répondant davantage aux besoins du client, de plus en plus sophistiqués, tout en apportant une rentabilité supérieure à l'hôtel."

REPORT DE CLIENTÈLE

Certains travaux semblent désormais inévitables, comme la création d'un spa, nécessaire à tout établissement d'un tel standing. Plusieurs architectes et décorateurs devraient

intervenir dans ce vaste projet qui sera dévoilé dans les prochaines semaines. Avec la fermeture du Ritz et ses 103 chambres et suites, celle du Crillon (147 clés) et bientôt le Lutetia, Paris va perdre plus de 400 chambres parmi les plus luxueuses. La clientèle étrangère, souvent fidèle à ces hôtels

prestigieux, va-t-elle se reporter sur les 200 chambres du Peninsula (ouverture prévue fin 2012) ou des nouveaux venus comme le Shangri-La Paris, (109 chambres et suites) et le Mandarin Oriental, (99 chambres et 39 suites) ? À moins que les autres palaces historiques de Paris n'en



Un détail de la façade rénovée de l'hôtel de Crillon.

profitent. Le Bristol ou le George V ont déjà achevé leur transformation et le Prince de Galles, de la Luxury Collection de Starwood Hotels & Resorts, doit prochainement rouvrir ses portes, avec une rénovation signée **Pierre-Yves Rochon** (lobby, chambres et suites) et **Bruno Borrione** (espaces restauration). Au Crillon, pour l'instant, on cultive le secret. Les détails du projet seront dévoilés dans les semaines qui viennent, "en même temps que le processus d'accompagnement pour les collaborateurs", déclare le directeur général de l'hôtel, **Luc Delafosse**, qui souhaite avant tout préserver au maximum ses équipes.

ÉVELYNE DE BAST

Après quinze semaines de préparation

Les 20 et 21 mars, à Bruxelles, dans le cadre d'Horeca Life, le sous-chef de cuisine chez Lenôtre fera partie des 20 candidats au titre du Bocuse d'or Europe, porte d'entrée au Bocuse d'or 2013 à Lyon.

Thibaut Ruggeri représentera la France au Bocuse d'or Europe

Le salon SuccessFood a accueilli, dimanche et mardi derniers, la sélection française pour le Bocuse d'or, au parc des expositions de Paris-Nord Villepinte. Sept candidats, dans des box dignes du Bocuse d'or lyonnais, ont donné le meilleur d'eux-mêmes pour aller chercher cette première place qui mène au Bocuse d'or Europe. Les 20 et 21 mars, au sein du salon Horeca Life de Bruxelles, ce sont 20 candidats pour 12 places qui seront dans les starting-blocks. Pour la France, ce sera **Thibaut Ruggeri**, 30 ans, originaire de Megève, qui a convaincu le jury, présidé par **Joël Robuchon**.



Thibaut Ruggeri, ici en compagnie de son assistante Julie Lhumeau.

"Nous avons vu un travail remarquable pendant deux jours. Depuis que je suis ce concours, je vois une évolution constante, un niveau toujours plus élevé et des plats artistiques mais qui peuvent aujourd'hui être servis au restaurant", analyse le président du jury. Thibaut Ruggeri était assisté par **Julie Lhumeau**. Il a choisi pour thème 'l'excentrique' pour les deux plats à réaliser en cinq heures et demie : sole, livèche et crevettes grises pour le poisson, et tarte de poulet rôti pour la viande.

"RAVI ET ÉMU"

"Je suis ravi et ému de représenter la France au Bocuse d'or, a déclaré le lauréat du Bocuse d'or France, qui empoche un chèque de 15 000 €, un vase de Sèvres et de très nombreux lots. C'est un travail d'équipe qui est récompensé et je remercie tous ceux qui m'ont soutenu, tout spécialement la maison Lenôtre, qui m'a permis de me consacrer au concours pendant quinze

semaines, 7 jours sur 7"

La deuxième place échoit à **Nicolas Davouze**, 1^{er} sous-chef de l'Auberge du Vieux Puits à Fontjoncouse (11). **Amandine Chaignot**, chef adjointe des Ambassadeurs, restaurant de l'hôtel de Crillon (Paris, VIII^e), prend la troisième place. "Je remercie les délégués régionaux qui ont déniché ces nouveaux talents prometteurs dans toute la France", a indiqué **Jacky Fréon**, organisateur du concours pour la partie cuisine. Le prix Rougié du meilleur commis, remis par **Michel Roth**, président

de la Bocuse d'or Winner's Academy, récompense **Rudy Langlais**, qui a secondé **Frédéric Foucher**, le Relais d'Auteuil au Bouguenais (44). Thibaut Ruggeri pourra compter sur l'aide de la toute nouvelle Académie française du Bocuse d'or, constituée de tous les chefs finalistes hexagonaux. Des MOF, des professeurs d'école hôtelière, des designers les rejoindront. **François Adamski**, président de l'association, déclare "vouloir emmener le candidat français sur la plus haute marche du podium à Lyon". **NADINE LEMOINE**

LE JURY DU BOCUSE D'OR FRANCE 2012

Jacky Fréon, président du concours, Bocuse d'or 87, MOF ; **Joël Robuchon**, président du jury, MOF ; **Rasmus Kofoed**, président d'honneur, Bocuse de bronze, 2005, Bocuse d'argent 2007, Bocuse d'or 2011 ; **Jérôme Jaegle**, vice-président.

Jury dégustation : **Éric Bouchenoire**, MOF ;

Christophe Bacquie, MOF ; **François Adamski**, Bocuse d'or 2001, MOF ; **Philippe Gauvreau**, MOF ; **Michel Roth**, Bocuse d'or 1991, MOF ; **Alain Le Cossec**, MOF ; **Jean-Marie Gautier**, MOF ; **Régis Marcon**, Bocuse d'or 1995 ; **Bernard Leprince**, MOF ; **Christian Têtedoie**, MOF.

Jury cuisine : **Jean-Marc**

Mompach, Alain Le Courtois, Philippe Joannes, MOF ; **Jean Luc Danjou**, MOF.

Le comité national d'organisation : **Joël Renty, Fabrice Desvignes**, Bocuse d'or 2007 ; **Pierre Alix, Philippe Gobet**, MOF ; **Philippe Mille**, Bocuse de bronze 2009, MOF.

Près de 1 000 exposants

Le salon de la boulangerie-pâtisserie Européen s'est enrichi cette année de SuccessFood pour la partie restauration. Une synergie qui répond au défi de la restauration boulangère.

SuccessFood, le mariage réussi de la boulangerie et de la restauration

Pour l'édition 2012 d'Europain, le salon mondial de la boulangerie, pâtisserie, glacerie, chocolaterie et confiserie, le pari de GL Events était de concilier l'univers de la boulangerie avec celui de la restauration en y ajoutant la première édition du salon SuccessFood. L'événement, qui s'est tenu du 3 au 7 mars au parc des expositions de Paris-Nord Villepinte a comblé ses organisateurs. Sur 68 000 m², près de 1 000 exposants ont répondu aux attentes des professionnels en recherche de nouveautés ou de solutions concrètes. "Le métier de boulanger bouge énormément. Il doit faire face à un consommateur de plus en plus exigeant et qui veut manger rapidement des produits frais, de qualité et peu chers. On parle maintenant de restaurant du boulanger : le restaurateur fait le pain et le boulanger s'attache à la restauration. Ces métiers sont liés", constate **Marie-Odile Fondeur**, directrice des deux salons.

'RUE DES SUCCÈS', UNE ALLÉE DE CONCEPTS GRANDEUR NATURE

Le long de la 'rue des Succès', fil directeur des deux événements, s'alignaient une dizaine de boulangeries et lieux de restauration grandeur nature parmi les plus innovants. À l'instar d'**Éric Kayser**, qui décline des offres pour manger sur le pouce dans ses 20 boulangeries-pâtisseries artisanales à Paris (80 dans le monde). "J'ai souhaité utiliser le pain comme support, en lieu et place de l'assiette. Ainsi, je viens de proposer deux créations : un bol de crudités et un bol de soupe, le pain étant le contenant. C'est un repas complet et peu



Eric Kayser présente sa création : un bol de salades et crudités avec le pain comme unique contenant.

calorique qui plaît à notre clientèle", souligne-t-il. Autre concept au Fournil de Pierre (groupe Le Duff), qui se définit comme 'restaurant du boulanger' : depuis 2009, le pain est produit sur place avec des farines bio, face à la clientèle. "On profite de la vague du snacking pour proposer une alternative au boulanger. Au choix : 15 références de pains, autant de viennoiseries, et des sandwiches, plats chauds ou salades, pour un ticket moyen de 8 €. En cuisant le pain sur place, on est passé de 15 à 30 % de chiffre d'affaires en plus sur ce segment. C'est un second souffle pour les artisans", explique **Xavier Garçon**, directeur technique du Fournil de Pierre.



Le Fournil de Pierre (groupe Le Duff), revisité en 2009 par **Xavier Garçon** : du pain bio conçu sur place, face à la clientèle.

des formules. Toute l'innovation est dans l'élargissement des gammes." Les concours ont aussi eu la part belle à Villepinte sur le tout nouveau Cube de 4 000 m² : le Bocuse d'or France présidé par **Joël Robuchon** (lire ci-dessus), la coupe du monde de la Boulangerie, l'International Cup de cuisine, le mondial des arts sucrés et la coupe d'Europe de la pâtisserie.

TEXTE : HÉLÈNE BINET / VIDÉO : CÉCILE CHARPENTIER



Retrouvez Marie-Odile Fondeur en vidéo avec le mot-clé **RTR919525** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-contre

Ouverture à l'international

Le chef triplement étoilé Michel Guérard est le parrain de la deuxième édition de l'événement, qui a pour thème cette année 'Terroirs : tradition et création'.

La Fête de la gastronomie aura lieu le 22 septembre 2012

Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État au Tourisme a réuni, vendredi 2 mars, le premier comité de pilotage de l'édition 2012 de la Fête de la gastronomie, qui se déroulera le samedi 22 septembre, premier jour de l'automne. La première édition avait déjà remporté un vif succès, avec 6 000 projets labellisés, et la participation de 75 000 professionnels. Un sondage a déterminé que 95 % des personnes interrogées souhaitaient que cet événement soit renouvelé. Ils ont aussi choisi le thème de cette deuxième édition, parmi trois propositions : 'L'éloge de la main : savoir-faire et transmission', 'Cuisinons ensemble : partage et convivialité' et 'Terroirs : création et tradition'. Ce dernier thème a remporté 58 % des 45 000 suffrages exprimés sur le site internet dédié à la Fête de la gastronomie. Michel Guérard, chef triplement étoilé (les Prés d'Eugénie, à Eugénie-les-Bains, 40) sera le parrain de cette deuxième édition. Il a proposé la mise en place d'un grand concours Terroir de France. L'objectif sera de mettre en avant des plats traditionnels en réécrivant la recette. Ce concours se déroulera pendant



Michel Guérard, parrain de la Fête de la gastronomie 2012, et Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État au Tourisme.

une semaine, avant la fête, pour une remise des prix le 22 septembre. "2012 va être l'année de l'internationalisation de cette Fête de la gastronomie", a annoncé Frédéric Lefebvre, qui souhaite exporter l'événement dans deux capitales où la gastronomie française est déjà fortement implantée : New York et Tokyo. Le comité de pilotage doit se réunir le 11 avril prochain.

PASCALE CARBILLET

Déjà 1 400 jeunes formés

Paris (XIV^e) C'est au Pullman Paris Montparnasse que s'est déroulée la soirée de gala annuelle au profit de l'école d'hôtellerie et de tourisme cambodgienne.

Dîner de gala en faveur de l'école hôtelière de Siem Reap

L'école d'hôtellerie et de tourisme de Siem Reap-Angkor, au Cambodge, fondée en 2002 par Paul Dubrule, a formé plus de 1 400 jeunes aux métiers de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme. Chaque année, 200 jeunes apprennent les métiers de la cuisine, du service, de la réception, de la boulangerie-pâtisserie ou encore du tourisme. Ils suivent un cursus mêlant cours et stages, complétés par l'apprentissage du français, de l'anglais et de l'informatique. Après une formation d'un an, 95 % des élèves trouvent rapidement un emploi bien rémunéré dans l'hôtellerie ou le tourisme, secteurs porteurs à Siem Reap. Pour assurer sa pérennité, l'école est en recherche permanente de fonds. La comédienne Mimie Mathy a accepté d'être la marraine de l'édition 2012 du dîner de gala annuel accueilli par le Pullman



De gauche à droite : Gérard Pélisson et Paul Dubrule, cofondateurs du groupe Accor, et Denis Hennequin, son actuel p.-d.g.

Paris Montparnasse. Une soirée destinée à financer 70 bourses d'étudiants. En effet, le coût de formation d'un étudiant est de 1 850 € par an, dont 450 € à sa charge quand il peut l'assumer. En parallèle à la célébration du 10^e anniversaire de l'école à l'automne 2012, des travaux d'extension ont été lancés. L'objectif est de pouvoir former 300 élèves par an dès la rentrée prochaine.

L. C.



CARPACCIO DE BŒUF EN TRANCHES INDIVIDUELLES



1 tranche = 10g



Idéal pour préparer des entrées originales

NOUVEAU!

CUISINIERS à VOUS de jouer!

Prêt en 2 minutes !

Notre process de fabrication breveté permet :

- d'obtenir des tranches fines et fondantes d'épaisseur régulière
- des tranches à utilisation individuelle pour une décongélation ultra-rapide

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





Photographie non contractuelle - suggestion de présentation

groupe ROUTHIAU

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

6 Restauration

“Gagner en visibilité et en notoriété”

Michelin a lancé mardi dernier son site internet dédié spécifiquement à la restauration et ouvert à tous les restaurateurs.

Le site **Michelin Restaurants** est en ligne



Alain Cuq, directeur général de Michelin Travel Partner, précise les fonctionnalités du nouveau site.

rendant sur la page d'accueil : 'espace professionnel', sur lequel est indiqué 'Référez votre établissement sur Michelin Restaurants'. *“Nous voulons élargir notre offre à la clientèle au-delà de la sélection. Tous les restaurateurs pourront procéder à leur inscription eux-mêmes ou via un centre d'appels. Ils donneront le nom de l'établissement, l'adresse, le numéro de téléphone et une photo. C'est gratuit”,* poursuit le patron de Michelin Travel Partner.

Depuis la fin de l'année, en prévision de la sortie du site, une offre payante est proposée en parallèle par courrier ou directement par l'équipe commerciale (indépendante de celle des inspecteurs) de Michelin à tous les professionnels. Il s'agit, pour 69 € HT par mois, de bénéficier d'un 'pack visibilité' permettant de mettre en avant l'établissement grâce à des descriptions, galeries photos, cartes et menus, mot du chef... Un internaute pourra-t-il inscrire un restaurant ? *“Cette fonctionnalité n'est pas proposée au démarrage, mais le sera prochainement, assure Alain Cuq. Il s'agit d'une information factuelle, qui sera vérifiée et au même titre qu'un annuaire recense les entreprises, cela ne peut pas nuire à qui que ce soit. Ensuite, au restaurateur de choisir s'il veut profiter ou non de ce canal de communication.”*

ET LES AVIS DES INTERNAUTES ?

Lorsque le groupe Michelin a commencé à évoquer son futur site, la question de l'avis des internautes a suscité



Le site Michelin Restaurants ouvert à tous les restaurateurs.

de nombreuses interrogations. Pour Alain Cuq, c'est une fonctionnalité incontournable présente sur tous les sites internet aujourd'hui car *“les internautes veulent savoir ce que pensent les autres internautes”*. En revanche, des précautions sont prises. *“L'internaute doit s'inscrire, donner son identité et son e-mail,*

la date du repas, remplir quatre critères d'appréciation et rédiger un commentaire étayé, détaille Alain Cuq. *Plus il y a de champs obligatoires à renseigner, plus on limite les avis fantaisistes. Nous appliquons les meilleures pratiques du moment pour conduire à des avis de qualité.”* Michelin s'engage à modérer les avis en excluant les propos diffamatoires ou discriminants, au-delà même des obligations légales. *“Notre but est de recueillir des avis utiles aux internautes”,* considère le d.g. de Michelin Travel Partner.

Avant l'été, une version pour téléphone mobile (iPhone et Android) du site Michelin Restaurants sera disponible, ainsi qu'un futur système de réservation en ligne sur lequel travaille le groupe Michelin. Il suivra le même processus que le site internet aujourd'hui en ligne dans sa version bêta. On commence par une phase de test, on se frotte à la réalité et on prend en compte les commentaires des internautes et des professionnels, pour le faire évoluer. Sans précipitation.

NADINE LEMOINE

<http://restaurant.michelin.fr>

Michelin Restaurants est un site de recherche multi-critères répondant aux besoins des internautes selon leurs envies et leur budget. *C'est un nouveau canal de communication que nous mettons à la disposition des professionnels. Il leur permet de gagner en visibilité et en notoriété”,* explique **Alain Cuq**, directeur général de Michelin Travel Partner, entité qui regroupe les cartes, les guides et les services numériques de Michelin. Naturellement, tous les restaurants de la sélection Michelin (étoilés, Bib Gourmand et autres présents dans le guide Michelin France) sont répertoriés avec les informations déjà recueillies par le guide. *“Ils sont clairement identifiés par un 'tampon' rouge 'Testé et recommandé par le guide Michelin'. Nous avons soumis cette présentation à des consommateurs et des professionnels. Tous ont admis qu'il n'y avait pas d'ambiguïté possible”,* assure Alain Cuq. Pour les autres, ceux qui ne font pas partie de la sélection, et qui souhaitent être présents sur le nouveau site, il est possible de s'inscrire gratuitement en se

“Un tourisme compétitif”

Le réseau national des destinations départementales (RN2D) s'invite dans l'élection présidentielle. Leur président Jean-Pierre Serra a soumis aux six principaux candidats un document intitulé 'Préparons le tourisme de demain : la plateforme des départements'

Les acteurs du tourisme interpellent les candidats à la présidentielle

Les comités départementaux de tourisme montent au créneau. Après un long travail préparatoire, leur fédération (la RN2D-ex Fédération nationale des comités départementaux du tourisme) édite un document intitulé 'Préparons le tourisme de demain : la plateforme des départements'. En 6 pages, il recense leurs 12 ambitions pour développer les territoires et dynamiser le secteur. À charge pour les candidats qui en sont destinataires de *“faire leur marché dans les propositions et de débattre avec leurs auteurs.”* **Jean-Pierre Serra**, président de la RN2D et de Var Tourisme (ex-CDT 83), relève : *“Nous publierons leurs réponses, pointerons du doigt ceux qui restent muets et nous en tirerons les conséquences.”* Il poursuit : *“Le secteur du tourisme représente 72,2 milliards d'euros de chiffres d'affaires, 6,4 % du PIB, 227 802 entreprises, 1,8 million d'emplois directs et indirects, soit 11 % de la population active. Et il est absent du débat. Cela nous met en colère.”*

“METTRE EN AVANT LA MARQUE FRANCE”

Pour peser dans la balance, la RN2D veut renforcer *“la prise en compte du tourisme par l'État”*. Cela passe par une mesure emblématique, *“la création d'un ministère du Tourisme rattaché au Premier ministre, pilotant un fonds d'intervention*

touristique”. Et aussi *“la mise en place d'une gouvernance partagée entre l'État et les territoires”*. Le deuxième volet de la plateforme propose des mesures pour rendre *“le tourisme offensif et compétitif”* afin que la France redevienne la première destination mondiale en termes de chiffre d'affaires. Pour Jean-Pierre Serra, *“cela passe par la mise en avant de la marque France, la promotion de l'innovation via un fonds Oséo*



Jean-Pierre Serra, président du réseau national des destinations départementales (RN2D).

dédié aux PME/TPE, l'amélioration de la qualité, le classement obligatoire pour tous les types d'hébergements et l'amélioration de l'outil statistique”. Dans le troisième chapitre, les CDT souhaitent un *“tourisme humaniste et durable, accessible à tous, quel que soit le handicap ou le niveau de ressources, le développement de la formation, la création d'une agence nationale de l'emploi saisonnier et la lutte contre les déserts numériques.”*

DOMINIQUE FONSÉQUE-NATHAN

En bref



Cuisine en joute, les 1^{er} et 2 avril à Reims

Le salon Cuisine en joute, organisé par l'association Générations Cuisines & Cultures - présidée par Laurent Trochain - aura lieu les 1^{er} et 2 avril au centre des congrès de Reims (51). Ateliers, dégustations, séances de dédicaces des chefs de l'association sont au programme. Des démonstrations culinaires seront réalisées par des MOF et des amateurs. Le lundi 2 avril, dix écoles hôtelières vont s'affronter par binômes composés d'une personne en cuisine et une en salle autour de joutes culinaires. Le jury - parmi lequel on comptera **Cyril Lignac** - sera présidé par **Philippe Mille** (1 étoile Michelin aux Crayères, à Reims).

Restaurateurs, grâce au prêt à taux zéro* financez vos projets de modernisation

De quel prêt s'agit-il ?

Il s'agit d'un prêt financé par Oséo dans le cadre des mesures du contrat d'avenir de la restauration. D'une durée de 5 ans, avec des remboursements trimestriels, il est adapté à la nature de vos projets de modernisation.

Que veut dire « projet de modernisation » ?

Les projets concernés par ce prêt peuvent prendre diverses formes :

- des investissements immatériels : création de site Web, formation du personnel, actions commerciales ;
- des travaux d'aménagement et dépenses de mise aux normes ;
- des investissements matériels : équipement de cuisine, mobilier, enseigne...
- le rachat d'une entreprise, sous réserve que les investissements de modernisation représentent au moins 25% du programme.

Faut-il présenter une garantie ?

Non, ce Prêt pour la Modernisation de la Restauration (PMR) est sans garantie.

Combien puis-je emprunter et à quelles conditions financières ?

Vous pouvez emprunter de 15 000 à 900 000 euros et bénéficier de la garantie d'OSEO. Ce financement sera assuré par un PMR associé à un prêt bancaire.

Il sera mis en place par la banque de votre choix.

Deux formules possibles :

- une formule à taux zéro, de 5 000 à 10 000 euros, le PMR devant être associé à un prêt bancaire, à moyen ou long terme, d'au moins le double du PMR. Dans la limite de 110 000 euros, la formule (PMR + prêt bancaire) est simplifiée et accélérée.

- une formule à taux bonifié de 10 001 euros à 300 000 euros de PMR, toujours associé à un prêt bancaire d'au moins le double.

Quelles sont les conditions pour avoir accès à ce prêt ?

Ce prêt est ouvert à tous les chefs d'entreprise qui dirigent une entreprise de restauration depuis plus de 3 ans (sous réserve d'acceptation du dossier).

Pour obtenir ce prêt, contactez votre banque qui effectuera toutes les démarches.

Pour en savoir plus :
pmr-oseo.fr

* Taux soumis à conditions, pour un prêt de 5 à 10 000 euros.

S'adapter localement

Présent dans l'empire du Milieu depuis 1985 - avec 121 hôtels répartis dans 47 villes, soit 28 000 chambres sous 7 enseignes allant du segment économique au luxe -, le groupe lance une nouvelle marque et inaugure le Mei Jue à Shanghai.



Le Grand Mercure Mei Jue à Shanghai.

En lançant Grand Mercure, Accor réinvestit le marché chinois

Pour Accor, la Chine est le pays de la zone Asie-Pacifique offrant le plus gros potentiel de développement. Depuis son implantation dans le pays, voilà vingt-sept ans, le parc hôtelier chinois a bien changé, poussé notamment par un marché domestique qui enregistre depuis 2001 une progression annuelle de 16 %.

“Actuellement - à l'exception

de Shanghai et Pékin -, 90 % de nos visiteurs sont chinois”,

relève **Michael Issenberg**,

directeur de la zone Asie-Pacifique pour Accor. La nouvelle stratégie du groupe en Chine entend s'appuyer sur cette dynamique à travers deux axes : l'hôtellerie haut de gamme, d'abord,

avec les marques Sofitel

(20 hôtels), Pullman (13 hôtels), MGallery, et Grand Mercure (10 hôtels signés et une dizaine en projet), et économique ensuite, avec ibis, qui comprend à ce jour 56 hôtels mais dont Accor souhaite accélérer le développement en le restructurant.

Le lancement du Grand Mercure de Shanghai est emblématique pour Accor, car cette nouvelle marque s'inscrit dans cette évolution de la demande intérieure chinoise. “Il nous fallait créer une marque mieux identifiée pour ce marché ; Grand Mercure est celle qui s'adapte le mieux localement car elle est diversifiée et non standardisée”, assure **Grégoire Champetier**, responsable de la stratégie des marques d'Accor. Si elle s'appuie sur quelques fondamentaux, l'enseigne



Michael Issenberg, président de la zone Asie-Pacifique pour Accor, **Sam Shih**, directeur opérationnel pour la Chine, et **Grégoire Champetier**, responsable de la stratégie des marques d'Accor, lors de l'inauguration du Grand Mercure de Shanghai, le Mei Jue.

Grand Mercure va se fondre dans le marché local grâce à quelques marqueurs identiques dans chaque établissement :

costumes traditionnels à l'accueil, offres bien-être (cours de tai-chi, par exemple) et restauration, avec la possibilité de commander le ‘congee’ - la soupe de riz traditionnelle -, ou encore de participer à la cérémonie du thé. Enfin, les créations d'artistes locaux seront mises à l'honneur dans le lobby des Grand Mercure comme c'est le cas au Mei Jue de Shanghai.

“RÉAJUSTER NOTRE MODÈLE”

Avec le lancement de Grand Mercure, Accor a trouvé l'occasion de réinvestir le marché chinois et de le clamer haut et fort. C'est aussi une façon de mieux se faire connaître auprès de futurs propriétaires et investisseurs, puisqu'en Chine, “le développement se

fait principalement en asset light”, précise Michael Issenberg. Si la croissance côté haut de gamme semble bien maîtrisée, reste toutefois au groupe à redéfinir sa stratégie sur le segment économique.

“En quelques années, le marché super économique s'est considérablement développé avec des marques comme Motel 608, Yotel, Hotel H tandis que des groupes chinois comme Jinjiang Group lancent sur le marché des chambres à 20 ou 30 €. Il est important pour nous de réajuster notre modèle économique ibis”, ajoute

Michael Issenberg. Rien n'a encore été décidé concernant cette enseigne, malgré une enveloppe d'investissement de 1,5 M\$ (1,13 M€) déjà débloquée. Seule certitude : son redéploiement sera réalisé en franchise à 90 %. Accor est convaincu que le développement des hôtels économiques n'est possible qu'en se concentrant sur les réseaux existants.

“Ce n'est pas avec 56 hôtels dispersés que nous pouvons créer de la synergie de réseau”, précise Grégoire Champetier. Pour mettre en œuvre ce programme ambitieux, Accor a nommé un nouveau directeur opérationnel pour la Chine en la personne de **Sam Shih**, ancien directeur général de Red Bull pour la zone Asie-Pacifique et ancien vice-président pour la Chine de Pepsico.

ÉVELYNE DE BAST

Tant que le taux réduit reste à 7 %

Les partenaires sociaux du secteur des HCR réunis en commission mixte paritaire, le 1^{er} mars ont à l'unanimité trouvé un accord sur le devenir de la prime TVA.

La prime TVA est maintenue

L'octroi aux salariés du secteur des HCR de la prime TVA était jusqu'à présent conditionné à l'application du taux réduit de TVA à 5,5 %. L'augmentation à 7 % en début d'année du taux réduit de TVA a donc remis en cause son versement. Le collège patronal était prêt à garantir 50 % du montant de cette prime due pour les 6 mois de l'année 2011. Mais il souhaitait aussi avoir une visibilité claire sur le projet de loi relatif à la TVA sociale ainsi que ses répercussions sur le secteur et a donc attendu le 1^{er} mars pour négocier le devenir de cette prime. Les cinq syndicats de salariés du secteur (FO, CFTC, CGC, CFDT et CGT), pour leur part, revendiquaient le maintien de cette prime dans la mesure où la profession continuait à bénéficier d'un taux réduit de TVA. Finalement, et en raison d'un contexte économique incertain, les organisations patronales ont proposé à la signature des salariés un accord - l'avenant n° 14 - garantissant le maintien de la prime TVA tout en rappelant que celle-ci est exclusivement liée au maintien du taux de TVA à 7 %. Les salariés ont obtenu qu'il soit précisé que, dans l'hypothèse d'un

relèvement du taux réduit de TVA, le versement de la prime soit maintenu au titre des mois pendant lesquels la profession aura bénéficié du taux de TVA à 7 %. L'avenant n° 14 comporte en outre la nouvelle grille de salaire revalorisée de l'ordre de 2 % en moyenne, avec un salaire minimum conventionnel supérieur de 1 % au smic. Ce qui donne un minimum conventionnel à 9,31 € alors que le taux horaire du smic est actuellement fixé à 9,22 €.

L'ACCORD DOIT ÊTRE ÉTENDU

Le collège patronal dans son ensemble (CPIH, GNC, Fagih, Umih, SNRTC et Synhorcat) a ratifié cet accord avant de le soumettre à la signature des salariés. Ceux-

ci, après consultation de leur fédération, devaient signer le texte le 7 mars. Pour être applicable à toutes les entreprises du secteur, l'avenant doit encore être étendu. La procédure devrait être rapide en raison de l'unanimité des partenaires sociaux.

En attendant, les organisations patronales recommandent à leurs adhérents le versement de la prime TVA dans les conditions prévues par l'accord, c'est-à-dire à l'échéance de la paie de juillet 2012 pour les salariés ayant un an d'ancienneté et à l'issue de la saison pour les saisonniers ayant un CDD d'au moins 4 mois ou à l'expiration de la deuxième saison consécutive effectuée au sein d'une même entreprise.

PASCALLE CARBILLET

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

Restauration

Passage à l'offensive

La gare de Grenoble et l'aéroport de Nantes viennent de tomber dans l'escarcelle de SSP France.

SSP France gagne deux appels d'offres

Ces dernières années, nous étions dans une position défensive. Nous avons élevé notre qualité et consolidé notre position. Ces deux nouveaux contrats traduisent notre passage à l'offensive", commente **Gérard d'Onofrio**, directeur général SSP France-Belgique-Hollande.

Tout d'abord, la gare de Grenoble dont la restauration représente un chiffre d'affaires de 2,5 M€ grâce aux 7 millions de voyageurs qui y transitent. Les deux points de vente opérés précédemment par Autogrill passeront en septembre sous enseigne Le Grand Comptoir, concept interne de SSP France déjà présent à Metz, Mulhouse et Reims, mais aussi Houston aux États-Unis et Oslo en Norvège. Cette formule de brasserie traditionnelle-bar, au ticket moyen autour de 12 €, sera complétée par un Brioche dorée nouvelle version, qui inclura un coin libre-service. "Le 'grab and go', qui permet de fluidifier les flux de clientèle, c'est l'avenir", dit Gérard d'Onofrio.

Le deuxième appel d'offres concerne



"Ces deux victoires en province nous font croître de 10 M€", explique **Gérard d'Onofrio**, directeur général de SSP France-Belgique-Hollande.

l'aéroport de Nantes, le premier du Grand Ouest en termes de fréquentation avec 3 millions de passagers en 2010. Le contrat de cinq ans démarre en juillet prochain et court sur la période de transition qui mènera au nouvel aéroport. Ici, ce sont également un Grand Comptoir et une Brioche dorée qui seront implantés. Trois autres enseignes sont programmées : 1.44 (bar et petite restauration), un bar lounge La Terrasse et un Café News. Mais sur l'aéroport, SSP France a décroché l'intégralité de la restauration : la gestion de la distribution automatique, le

traiteur, la restauration du personnel... ce qui doit assurer un chiffre d'affaires de l'ordre de 7,5 M€.

"RENFORCEMENT DE NOTRE COLLABORATION"

"Ces deux victoires en province nous font croître de 10 M€, dit Gérard d'Onofrio. Nous sommes ravis de gagner de nouveaux marchés et nous sommes aussi très heureux du renouvellement de notre contrat avec la gare de Lyon pour les voies bleues et le Train bleu jusqu'en 2020." 10 M€ vont être investis dans la rénovation de la brasserie historique et la reconfiguration des points de

restauration. Les travaux planifiés d'avril 2012 à septembre 2013 vont permettre de créer un grand Brioche dorée traversant, un Mezzo di Pasta, un Montreux Jazz Café (concept en association avec le festival de Montreux, le second après Genève) et "3 Starbucks Café qui marquent le renforcement de notre collaboration", précise le directeur général de SSP France-Belgique-Hollande. D'ici à la fin 2012, SSP France passera de 3 à 10 Starbucks. L'offensive est lancée et SSP France attend de pied ferme les prochains appels d'offres en gares et aéroports.

NADINE LEMOINE

Le futur point de vente Brioche dorée de l'aéroport Nantes Atlantique.



Pour les amateurs de cuisine d'antan

Paris (V^e) Bistrot sis sur la montagne Sainte-Geneviève, le restaurant Louis Vins propose depuis sept ans une cuisine traditionnelle, de la blanquette de veau au paleron en pot-au-feu.

La tradition sept jours sur sept au Louis Vins

Après avoir passé vingt-cinq ans dans son restaurant La Grange, à Boulogne (92), **Philippe Bourgeois** a eu envie de changement. Il a donc ouvert il y a sept ans le Louis Vins, restaurant d'une centaine de places assises situé au cœur du Quartier latin. "J'ai toujours voulu être cuisinier, cela fait quarante-quatre ans que je suis en cuisine et je suis toujours étonné d'avoir autant de monde chez moi. Je propose une cuisine de marché traditionnelle dont la carte peut varier en fonction de ce que j'ai trouvé à Rungis. Je prépare tout moi-même, y compris le pain." Si l'établissement est installé dans un quartier touristique, sa clientèle se compose pourtant de nombreux habitués. "Je m'adresse avant tout aux amateurs de préparations d'antan. Je fonctionne bien toute l'année, le ticket moyen se situant autour de 40 €." Autre point fort du restaurant, la carte des vins. "La cave comporte plus de 200 étiquettes, allant du haut-brion au beaujolais. Je choisis les vins en fonction des mes coups de cœur."



Philippe Bourgeois et son chihuahua incontournable mascotte du restaurant.

"OUVRIR LE DIMANCHE"

Ouvert sept jours sur sept midi et soir, **Philippe Bourgeois** a retenu les leçons de son expérience à Boulogne. "Auparavant, j'étais ouvert six jours sur sept, puis un jour j'ai décidé d'ouvrir le dimanche. Les clients n'étaient pas habitués à ce que je sois ouvert ce jour-là et ce ne fut pas facile durant un certain temps. J'ai donc décidé d'ouvrir sept jours sur sept dès la création du Louis Vins."

A.J.A.

Restaurant Louis Vins • 9 rue de la Montagne Sainte-Geneviève • 75005 Paris • Tél. : 01 43 29 12 12 • www.fifi.fr



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 433 927 332

N°Azur 0 811 65 65 88
PRIV APPEL LOCAL


TRANSGOURMET
Engagé à vos côtés

www.transgourmet.fr

En bref

Jennifer Dumoret se distingue au concours la Lyre d'or



De g. à d. : **Annabelle Leple** (3^e), la lauréate de la Lyre d'or **Jennifer Dumoret**, et **Emmanuelle Regnery** (2^e), **Eric Lefevre**, MOF fromager (2^e rang à gauche).

Pour sa 12^e édition, le concours de la Lyre d'or a récompensé 3 femmes, le 27 février, dans l'espace des experts du Salon du fromage et des produits laitiers. Avec 16 candidats en lice, dont 9 femmes, il a récompensé le savoir-faire dans la création d'un plateau de fromages. Cet

événement était organisé par l'Union professionnelle des Fromagers de l'Île-de-France. La Lyre d'or et prix du public : **Jennifer Dumoret**, Mont Royal Sélection à Montréjeau en Haute-Garonne ; la Lyre d'argent : **Emmanuelle Regnery**, de la Fromagerie Xavier à Toulouse (31) ; la Lyre de bronze : **Annabelle Leple**, chez Affibelle à Paris (XVI^e). Trophée du concours du plateau de fromages des crémiers-fromagers, la Lyre d'or a pour ambition de récompenser la maîtrise des gestes professionnels, le choix et la qualité des produits, l'hygiène mais aussi l'esthétisme de la composition.

Pau
15 au 17 avril 2012
Parc des Expositions
ici, l'événement est permanent !

cafetier
hôtellerie
restaurateur
boulangier
pâtisseries
boucher
charcutier
traiteur

S.A.P.H.I.R.
Salon de l'Alimentation
Pyrénées, de l'Hôtellerie
et de la Restauration

Parc des Expositions
7, bd Champetier-de-Ribes - 64000 PAU
Tél. 05 59 40 01 50 - Fax 05 59 40 01 55
contact@parc-expo-pau.com
Pour toute information : www.saphir-pau.com

Horaires d'ouverture : dim. 15 : 14 h - 19h,
lundi 16 et mardi 17 : 9 h - 19 h

S'installer en Meuse

Située à seulement 1h de Paris grâce au nouveau TGV Est, la Meuse vous offre un cadre de vie exceptionnel au coeur de l'Europe.

Ses paysages variés en font un lieu idéal de loisirs avec un positionnement fort sur le cyclotourisme et la randonnée.

Découvrez nos offres de vente murs et fonds hôtels et restaurants.

Votre Contact : M^{me} JOUAULT - 06 37 69 59 38

innov-pratic

MOINS DE RISQUES DE GLISSEMENT, D'ACCIDENT ET D'ENTRETIEN !!
Soyez prévenant, mettez les parapluies mouillés de vos clients et vos entrées au sec, en 2 secondes seulement !!

Choisissez votre distributeur
Autonome, fonctionne sans électricité
- simple,
- personnalisable,
- haut de gamme
selon vos besoins.

à partir de 89 € HT*
* Conditions sur innov-pratic.com

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

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

Des modules articulés sur 1 an

En collaboration avec la faculté des métiers de Rennes, le Leaders Club crée sa propre formation destinée aux futurs assistants managers et managers de restaurant parmi les adhérents de l'association. Les inscriptions sont ouvertes.

Le Leaders Club lance la Leaders Academy

Avec leur médiatisation actuelle via les émissions de cuisine à la télévision, il est plus facile d'embaucher des jeunes en tant que cuisiniers car le métier semble plus attrayant. À l'inverse, les postes de managers de restaurant font beaucoup moins rêver et il est difficile de recruter", constate **Daniel Majonchi**, président du Leaders Club International. Ce dernier vient de lancer la Leaders Academy, une formation élaborée en partenariat avec la faculté des métiers de Rennes, et qui cible les futurs assistants managers et managers de restaurant chez les adhérents du Leaders Club. Le but ? Former les candidats dans le cadre des contrats de professionnalisation.

La faculté des métiers assure la logistique administrative et l'ingénierie pédagogique tandis que les entreprises adhérentes de l'association de restaurateurs assurent le débouché des stagiaires. Les modules s'articuleront sur douze mois, soit 1 820 heures : 364 heures de formation sous forme de séminaires (journée ou demi-journées) avec intervention de professionnels et 1 456 heures en entreprise. Parmi les enseignements dispensés, l'accueil, la gestion, l'organisation du travail et la gestion administrative, l'encadrement et la communication.



De g. à d. : **Estelle Fequet**, responsable formation en alternance, **Luc Vivier**, directeur de la formation à la faculté des métiers de Rennes (35), **Isabelle Laperche**, responsable développement de l'alternance, et **Daniel Majonchi**, président du Leaders Club International.

À l'issue de la formation, les jeunes obtiendront un CQP assistant(e) d'exploitation restauration, diplôme de branche niveau bac +2 (validation par la CPNE/IH). Le recrutement pour cette Leaders Academy est d'ores et déjà ouvert pour un début des contrats en avril, "si une quinzaine de stagiaires s'engagent".

HÉLÈNE BINET

Renseignements :

Daniel Majonchi : majonchi@aol.com
• Tél. : 06 60 47 61 52 • **Vincent Maubanc** :
vmaubanc@fac-metiers.fr
• Tél. : 02 99 05 45 11 ou 06 72 48 83 59

"Une nouvelle génération de lieu"

Marseille (II^e) Le bâtiment emblématique de l'opération de réhabilitation urbaine Euroméditerranée fait sa révolution. Il s'ouvre sur le port et la mer et devrait, fin 2013, accueillir 17 000 m² de surface commerciale, soit 80 boutiques dont une vingtaine de restaurants.

Les docks de la Joliette s'ouvrent au commerce et à la restauration

Nés en 1856, les docks de la Joliette vont vivre leur troisième vie. Détenus à 87 % par JP Morgan Asset Management depuis 2007, le bâtiment de 365 mètres de long sur 7 étages, abritait déjà 220 entreprises et 3 500 salariés. Il va aussi, au dernier trimestre 2013, quelques mois avant l'ouverture du centre commercial Les Terrasses du port, devenir un "véritable live center", selon les propos du promoteur **Marc Piétri**, président de Constructa Urban Systems, qui pilote l'opération (50 M€ d'investissement) avec le cabinet italien d'architecture 5+1 d'**Alfonso Femia**. "Ce projet, rebaptisé Les Docks de Marseille, n'est pas un centre commercial. C'est une nouvelle génération de lieu, une révolution dans la manière de faire cohabiter shopping, besoins du quotidien et envie de détente."

3 PÔLES THÉMATIQUES

Pour réussir sa mue, les architectes vont ouvrir le bâtiment sur le port et la mer - il était quasiment opaque jusque là -, percer les planchers pour utiliser les caves et créer une continuité entre les voûtes de la Major, les Terrasses du port et la salle de spectacle du Silo.

Emmanuel Duchange, directeur général de Constructa Urban Systems, précise : "Nous avons imaginé 3 pôles thématiques pour abriter les 80 commerces et restaurants sur deux niveaux. Le Marché, au nord, sur 4 250 m², s'ouvrira place de la Méditerranée [à côté des cinémas et des hôtels, NDLR]. Il offrira une grande halle culturelle dédiée au livre et à la photographie, un bar à vins, une halle et un restaurant bio, à l'enseigne Bio and Co. Deuxième séquence, le Village, sur 8 500 m², centré sur les besoins quotidiens avec pharmacie, presse, salle de sport, prêt-à-porter, détente, grand magasin, bar à salades, sushi shop, bar à huîtres, le Milano - une trattoria -, la Villa - restaurant marseillais -, etc. Dernière séquence, le Port, lieu d'échange et de découverte des cuisines du monde, les nouvelles tendances de la mode et du design." Au menu de ce dernier thème : un coffee store, une brasserie, un café, un restaurant lounge, un bar concept et les Ateliers du chef, un établissement bistronomique où devraient officier trois chefs étoilés. La commercialisation est en cours pour un prix de location annuel allant de 300 à 600 € par m².

DOMINIQUE FONSÈQUE-NATHAN

Au terme de cinq heures et demie d'épreuve

Lundi 5 mars, à l'école Grégoire Ferrandi, le chef exécutif du restaurant Michel Béjeannin à Marseille a inscrit son nom au palmarès de ce concours organisé depuis 1964 par l'Académie culinaire de France.

Le Trophée national de cuisine et de pâtisserie revient à Fabien Pierret



Gérard Dupont, président de l'Académie culinaire de France, Fabien Pierret, lauréat 2012, et Fabrice Prochasson (Lenôtre).

Fabien Pierret, fiévreux, est arrivé de Marseille le dimanche au soir à Paris, après dix heures de route. Une nuit blanche plus tard, il se présente à l'école française de gastronomie Ferrandi en très petite forme. Pour remporter la 48^e édition du trophée décerné par l'Académie nationale de cuisine, il dispose de cinq heures et demie pour sortir deux plats pour 12 personnes : deux lapins farcis façon à la Royale accompagnés de 3 garnitures et un dessert réalisé sur la thématique 'un fruit - un légume' comprenant une



Patrice Martin, président du jury, vice-président du Cordon bleu international et ancien vainqueur en 1987, en compagnie de Gérard Dupont.

couverture chocolat Valrhona et du Grand Marnier. Sa principale crainte, c'est de dépasser le temps imparti comme lors des sélections du MOF, où il avait vu ses espoirs s'évanouir. Il s'est entraîné pendant une quinzaine de jours, a écouté attentivement les conseils de Vincent Arnould (Le Vieux Logis à Trémolat, 24) et Jérôme Nutile (Hostellerie le Castellat à Collias, 30). Fabien Pierret se concentre et envoie ses lapins au foie gras à la royale avec un navet boule d'or farci de cerneaux de noix, compotée d'oignons et de balsamique blanc, un chou vert farci à l'embeurrée de chou et lard léonie entouré de lard de Colonnata, et une pomme macaire en galette. En dessert, il choisit de produire une déclinaison de courge butternut liée à l'orange avec un glaçage de chocolat blanc. Il sort de l'épreuve vidé. Sans grand espoir. La fièvre est toujours là. L'ancien élève du lycée de Bonneveine à Marseille est pourtant le vainqueur de la finale 2012, avec un jury de haut niveau, comprenant de nombreux MOF et présidé par

Patrick Martin, vice-président du Cordon bleu international. Fabien Pierret vient de remporter son premier concours.

"CARTE BLANCHE"

"Je suis très heureux de cette victoire et je suis aussi content pour Michel Béjeannin, mon patron, qui m'a soutenu et encouragé financièrement. Il me donne carte blanche au restaurant pour aller encore plus loin. Je le remercie de sa confiance", a déclaré Fabien Pierret, 33 ans, chef exécutif du restaurant Michel Béjeannin à Marseille, qui remporte de très nombreux lots dont un stage à l'école Lenôtre ou encore deux billets d'avion. Il doit maintenant se préparer pour la demi-finale du trophée Passion, qui aura lieu le 23 mars à Paris et à laquelle participera également Claude Calvet, le vainqueur 2011. Encore un bon entraînement pour le concours Un des meilleurs ouvriers de France.

NADINE LEMOINE www.academieculinairedefrance.com

NOMINATIONS À L'ACADÉMIE CULINAIRE DE FRANCE

Jean-Pierre Biffi (Potel & Chabot), Fabrice Prochasson (Lenôtre) et Christian Têtedoie (président des Maîtres cuisiniers de France) ont été nommés membres émérites de l'Académie culinaire de France. Bruno de Monte, directeur de l'école de gastronomie Grégoire Ferrandi, a été élevé au grade de chevalier de l'ordre de l'Académie culinaire de France : "Je suis très sensible à cette distinction pour l'école et tous ses collaborateurs. Nous allons poursuivre notre mission : aider les jeunes à s'épanouir dans cette belle profession."

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

AURIEZ-VOUS IMAGINÉ
UNE OFFRE AUSSI COMPLÈTE ?



Restaurant Le Chatbotté - Courchevel (73), réalisation Bos Equipement Hôtelier.

BOS
équipement
hôtelier

Renseignements sur www.bos-equipement.com 0825 877 690

0,15€ TTC / min
depuis un poste fixe

PALMARÈS 2012

1^{er} : Fabien Pierret, restaurant Michel Béjeannin à Marseille (XVI^e)
2^e : Damien Lanier, sous-chef au Pavillon Ledoyen à Paris (VIII^e)
3^e : Guillaume Guyot, lycée professionnel Vauban à Aire-sur-la-Lys (62)
• Prix Michel Malapris de la meilleure garniture : Fabien Pierret, restaurant Michel

Béjeannin à Marseille (XVI^e)
• Prix de la meilleure cuisson : Damien Lanier, sous-chef au Pavillon Ledoyen à Paris (VIII^e)
• Prix de technologie et d'attitude en cuisine : Guillaume Guyot, lycée professionnel Vauban à Aire-sur-la-Lys (62)
• Prix du meilleur commis : Maximilien Dieupart, école

de gastronomie Grégoire Ferrandi à Paris (VI^e)
• Grand Prix de pâtisserie Marnier Lapostolle : Romain Aubineau, chef du Domaine de Brandois à La Mothe-Achard (85)
• Prix Président Professionnel : Mickael Landaud, chef du restaurant Le Beauvoir à Bourges (18)

Hôtellerie

“Le redéploiement est notre priorité”

L'AIFE, Association des investisseurs franchisés du pôle économique de Louvre Hôtels, a renouvelé son bureau et son conseil d'administration au tiers. Régis Donzeau, réélu président pour un second mandat, présente les nouveaux objectifs de l'association.

Les franchisés de Louvre Hotels se lancent dans la bataille client



“Il faut maintenant consolider notre clientèle d'affaires locale”, explique Régis Donzeau, président de l'AIFE.

génération, et un petit quart du parc est constitué d'hôtels récents. Or, Campanile est représenté à 50 % d'hôtels en filiale. “Nous mettons la pression sur notre franchiseur pour faire avancer le concept de manière satisfaisante et avoir un parc homogène.”

En effet, si 80 % des établissements de l'enseigne ont installé le nouveau concept de restauration signé Pierre Gagnaire, les objectifs sont loin, en revanche, d'être atteints dans la rénovation des chambres.

RETOUR AUX MARCHÉS DE PROXIMITÉ

“Notre deuxième objectif concerne la qualité, notamment dans la restauration”, ajoute Régis Donzeau. Sous l'impulsion de l'AIFE, de nouvelles procédures ont été mises en place afin que tous les restaurants puissent présenter le même niveau de qualité. C'est surtout le cas chez Kyriad, puisque Campanile a déjà fait sa révolution en restauration et que les établissements Première Classe n'en disposent pas. Enfin, l'AIFE travaille aussi ses marchés. Ainsi, après les efforts déployés pour maximiser les réservations auprès des agences en ligne, l'association estime qu'il est important de revenir aux fondamentaux : “Il faut maintenant consolider notre clientèle d'affaires locale, un marché qui semble avoir été négligé au bénéfice de la réservation en ligne.”

S'INVESTIR DANS LA NOUVELLE POLITIQUE DE FIDÉLISATION DU GROUPE

Aujourd'hui, avec un bureau renouvelé au tiers, et l'arrivée de trois nouveaux entrants, Olivier Chopin, du Première Classe de Bordeaux, comme vice-président, Loïc Giroud, du groupe Giroud, trésorier, et Matthieu Deshayé, franchisé Première Classe, l'association souhaite poursuivre les actions entreprises, entretenir les liens privilégiés avec son franchiseur, et s'affirmer comme un interlocuteur clé notamment

dans le cadre de la refonte de la politique de fidélisation de Louvre Hotels, préoccupation du groupe.

ÉVELYNE DE BAST

Lars Backhaus prend ses marques chez Louvre Hotels



Depuis le 1^{er} février, Lars Backhaus occupe les fonctions de vice-président des opérations des filiales France de Louvre Hotels group. Sous l'autorité du président Pierre-Frédéric Roulot, il aura pour mission de renforcer la position du groupe en France. Auparavant directeur des opérations de Blackstone Real Estate France, il possède une solide connaissance de l'hôtellerie

économique. En effet, après un Bachelor d'économie à Munich et un master de finance internationale à Toulouse, il intègre le pôle économique du groupe Accor comme assistant manager en France. De 2002 à 2010, il occupe la fonction de manager général des hôtels ibis de Greenwich et de Gatwick en Grande-Bretagne, avant d'être promu directeur des opérations à Londres. Lars Backhaus possède une feuille de route précise : “Il s'agit pour moi de redonner de l'énergie et de la motivation aux équipes, d'assurer une présence continue sur le terrain et de permettre à Louvre Hotels Group de renforcer sa position de challenger.”

Depuis sa création en 2004, l'Association des investisseurs franchisés de Louvre Hôtels (AIFE) et ses 380 membres a toujours joué un rôle actif auprès de son franchiseur. L'arrivée de Régis Donzeau à la tête de l'association lui a permis de mieux structurer le partenariat avec Louvre Hotels, et de lancer de nombreux chantiers. En 2006 notamment, l'AIFE a pu renégocier le contrat de franchise, avant de participer à la redéfinition des marques Première Classe, Kyriad et Campanile.

“Aujourd'hui, notre priorité concerne le redéploiement. Le parc des hôtels Première Classe a été renouvelé au tiers, soit avec des hôtels rénovés, soit avec des hôtels ayant moins de cinq ans d'ouverture. La marque non standardisée du groupe, Kyriad, a été totalement renouvelée, avec un concept nettement plus haut de gamme : 30 % du parc a même obtenu le label 100 % rénové, même si, globalement, on peut estimer que le parc est à 40 % en termes de niveau de confort”, rappelle Régis Donzeau.

Seule la marque Campanile a pris du retard, puisque 15 % des chambres seulement sont en ‘nouvelle

“Prêt à faire décoller le deuxième étage de la fusée”

Poids lourd de la résidence urbaine, Appart'City prend un nouveau virage en 2012. Avec un parc de 30 résidences (30 autres sont en cours de construction), le groupe ambitionne d'atteindre le chiffre de 100 résidences de tourisme en France d'ici à trois ans.

Appart'City, nouveau look pour ambition de leader

Filiiale du Groupe Menguy investissements, via le groupe France Épargne, les résidences Appart'City se sont développées sur le principe de la location meublée en nouvelle propriété. Avec un produit positionné sur le milieu de gamme (3 étoiles classement résidences de tourisme), Appart'City s'inscrit sur un segment adapté à la clientèle de séjours (70 % de ces clients optant même des séjours supérieurs à quatre jours). Depuis 2011, Appart'City agrandit son réseau et peaufine son concept. Constitué aujourd'hui uniquement de résidences implantées en centre-ville,

le parc a atteint une taille conséquente. “Nous aurons 60 résidences ouvertes fin 2012 et environ 100 d'ici à trois ans. Nous serons le plus grand gestionnaire de résidences urbaines en France”, lance Pierre Vigna, président du groupe.

LA QUALITÉ PRIVILÉGIÉE

“Nous voulions un produit jeune et plus moderne, poursuit le nouveau p.-d.g. Nous avons confié le nouveau look à Laurence Médaouri-Lubetzki, décoratrice d'hôtels, et nous avons amélioré le confort de la pièce au niveau de la literie. Côté mobilier, nous avons également privilégié la qualité avec du

made in France.” À ce jour, un tiers du parc a été rénové “mais d'ici à la fin de l'année tout le parc sera au niveau”.

Le site web a été refondu avec un soin tout particulier apporté à la réservation en ligne. “Nous sommes maintenant connectés à tous les canaux de distribution et nous gérons le planning des réservations sur tout le réseau”, relève Pierre Vigna. Enfin, le p.-d.g. du groupe a revu avec son équipe tous les outils de communication. Le nouveau logo, aux coloris plus neutres, représente un plan



de ville stylisé. “Il illustre l'esprit de mobilité de nos visiteurs qui sont des urbains voyageurs”, précise-t-il.

Enfin, Appart'City s'est doté d'une application mobile avec vidéos, uniquement disponible sur iPhone. Depuis un an, le

concept a beaucoup évolué. “Nous sommes prêts à faire décoller le deuxième étage de la fusée, conclut-il, il ne nous reste qu'à finaliser notre politique de pricing.” Après un chiffre d'affaires de 63 M€ en 2011, Pierre Vigna espère atteindre 75 M€ en 2012 soit + 20 % par rapport à 2011.

É. DE B.

High-tech

L'enseigne 4 étoiles n'est pas encore accrochée mais cela ne saurait tarder. Cet établissement du centre-ville, avec ses onze chambres, a accueilli ses premiers clients en juin dernier. D'autres travaux sont programmés dans l'année.

Luxe, calme et volupté au Boutique Hôtel Bordeaux

À deux pas de la place Gambetta, derrière la porte cochère d'un bel immeuble du XVIII^e siècle, les 11 chambres - et bientôt 12 - du Boutique Hôtel Bordeaux se déploient de part et d'autre d'une cour-terrasse. "Nous allons couvrir en partie cette terrasse et la chauffer pour y faire un bar à vins tapas et un salon de thé. Les clients pourront y prendre le petit déjeuner." déclare le responsable de l'établissement, **Médéric Demelle**, 26 ans. Un poste taillé sur mesure pour ce jeune homme formé à l'école Vatel de Bordeaux et repéré



Médéric Demelle, le responsable du Boutique Hôtel Bordeaux.

par le propriétaire, **Christophe San José**, dans son autre établissement de l'agglomération, la Réserve au pavillon du château Raba, à Talence (33). Murs en pierre de taille et parquets somptueux, les onze chambres déclinées en trois catégories (de 20 à 35 m²), ainsi que les deux appartements de 90 m², mêlent meubles anciens et objets design. Entre baignoire de balnéothérapie, douche à l'italienne, et spa sur terrasse,

sans oublier les produits d'accueil de marque Hermès, le luxe s'y allie au high-tech (machine Nespresso, station iPod, grand écran plasma). Le wifi est gratuit. Positionné sur une clientèle de tourisme, l'établissement propose des packages autour de thématiques bien-être et découverte du vin. **BRIGITTE DUCASSE**

Le Boutique Hôtel Bordeaux
• 3 rue Lafaurie de Monbadon
• 33000 Bordeaux • Tél. : 05 56 48 80 40
• www.hotelbordeauxcentre.com
• contact@leboutiquehotelbordeaux.com

En bref

Colloque Tradition et grandeur de l'hôtellerie de luxe sur la Côte d'Azur, les 30 et 31 mars à Nice

Le Centre d'étude et d'histoire du tourisme de la Côte d'Azur et de la Méditerranée (Cehtam) et les étudiants de LP arts et techniques de l'hôtellerie de luxe du lycée Paul Augier de Nice organisent un colloque dédié à l'hôtellerie de luxe sur la Côte d'Azur les 30 et 31 mars prochains au CUM de Nice. Le colloque mettra en exergue les questions liées à l'histoire et à la création de l'hôtellerie de luxe, à son financement, à son organisation, à son intégration dans un tissu local.

Cehtam • Lycée hôtelier Paul Augier
• 06000 Nice • Tél. : 04 93 72 39 31
• acallais@numericable.fr

Chez Relais & Châteaux, l'exception se décline aussi en version séminaires



Dans la prestigieuse collection Relais & Châteaux, il existe dorénavant les séminaires d'exception : 100 établissements viennent de se réunir autour d'une charte de qualité spécifique. Tous ont en commun d'être situés à moins de 30 minutes d'une gare ou d'un aéroport, d'avoir au minimum 15 chambres, de disposer de 2 salles de réunion d'une capacité totale de 80 m² et de proposer un personnel dédié. Pour ces 100 établissements, il

s'agit de faire profiter les entreprises de ce fameux 'art de vivre' cher aux Relais. Business Profilers est le partenaire qui accompagne Relais & Châteaux dans la mise en œuvre de cette expérience. La société créée en 2005 s'est déjà fait un nom dans l'organisation de séminaires et de conventions d'entreprises de très haute qualité.

<http://meetings.relaischateaux.com/guide.fr>

Consultez l'actualité du jour

www.lhotellerie-restauration.fr

**L'Hôtellerie
Restauration**
L'HOTELLERIE-RESTAURATION.FR

Time Hotels choisit RateTiger pour augmenter ses ventes

Désormais, pour les hôtels, la bataille du chiffre d'affaires se joue sur le choix des meilleurs canaux de distribution. Le groupe Time Hotels a tranché : pour 25 de ses hôtels, la plupart situés en région parisienne, ce sera le Channel Manager Rate Tiger. Celui-ci permettra au groupe de bénéficier d'un plus grand nombre

de canaux de vente en ligne pour un meilleur contrôle des ventes, des prix et des stocks.

Nouveau site internet pour Missoni

Hotel Missoni lance son nouveau site internet, www.hotelmissoni.com, et iApp, une application destinée aux voyageurs, qui pourront désormais depuis n'importe quel smartphone effectuer en direct leur réservation sans avoir à passer par le site.

Sofitel s'installe à Mumbai



Sofitel ouvre pour la première fois un hôtel en Inde. Situé à Mumbai, dans le quartier d'affaires de la ville, le Bandara

Kurla Complex, dont l'agencement a été dirigé par la designer **Isabelle Miaja**, offrira un mélange harmonieux de culture indienne matinée d'inspiration française. Six bars et restaurants ont été aménagés. Cet hôtel sera bientôt suivi par deux autres ouvertures, dont un Sofitel So.

L'hôtel Entre Beauce et Perche prend ses aises

Hervé et Aline Galoup gèrent depuis août 2008 l'hôtel Entre Beauce et Perche, tout proche de Châteaudun (28). Ils nourrissent des ambitions de développement. Ils vont ainsi investir près de 250 000 €, avec l'aide du conseil général d'Eure-et-Loir qui apporte 50 000 €, dans l'aménagement de 12 nouvelles chambres. Celles-ci viendront compléter les 53 chambres existantes de niveau deux étoiles. Situé en bord de la RN 10, cet établissement désormais adhérent des Logis disposera ainsi de chambres plus grandes pour accueillir une clientèle avant tout d'affaires.

Hôtel Entre Beauce et Perche
• 9 La Varenne Hodier
• 28200 Donnemais-Saint-Mamès
• Tél. : 02 37 66 30 00
• www.hotelchateaudunlogis.fr

5 pays étudiés

La crise de l'euro a freiné le développement de l'investissement hôtelier. L'année 2011 s'est néanmoins terminée avec un montant d'investissement de 6,8 milliards d'euros, en hausse de 3,5 % par rapport à 2010.

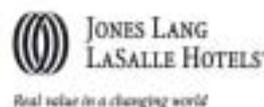
En Europe, l'investissement hôtelier se ralentit

Sur les 5 pays étudiés (Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne et France), par BNP Paribas Real Estate l'Hexagone reste, avec 68 % du total de son portefeuille hôtelier échangé en 2011, l'un des marchés les plus dynamiques d'Europe. Le volume d'investissement y a atteint 1,8 milliard d'euros l'année passée. L'activité dans les hôtels a par ailleurs progressé, tant au niveau des taux d'occupation - en hausse de 1,3 point - que du prix moyen (+ 5,8 %), produisant par effet mécanique un RevPAR en hausse de 5,8 %. Le Royaume-Uni réalise la moitié des investissements (49 %) avec un volume atteignant 3,3 milliards d'euros, en hausse de 13 %. L'étude BNP Paribas Real Estate signale deux ventes notables à Londres, celle du W Hotel cédé pour 233 M€, et le Holiday Inn Mayfair (181 M€). Le taux de croissance est moins fort en 2011 que les années précédentes avec un RevPAR en hausse de 3,5 %. Ceci est dû à une baisse sur la fin de l'année des prix moyens. La capitale britannique occupe toujours une position stratégique et moteur sur le marché britannique avec un taux d'occupation moyen annuel de 84,4 %.

283 M€ d'investissements contre 625 M€ pour le premier semestre. En revanche, sur l'année, le RevPAR croît de 4,3 %. Munich, dopée par l'organisation de nombreux congrès, est la ville qui progresse le plus outre-Rhin avec 75,1 % de taux d'occupation sur l'année. En Espagne, l'investissement est en baisse de 6 % par rapport à 2010. L'activité hôtelière remonte (+ 8,9 % de RevPAR) mais n'a pas rattrapé les niveaux d'avant 2008-2009 avec une chute de 22 % de RevPAR. L'Italie, enfin, a présenté un marché atone en 2011 avec 117 M€ d'investissements hôteliers. Pourtant l'activité se porte bien avec une hausse des RevPAR de 3,8 % par rapport à 2010.

ÉVELYNE DE BAST

UNE ANNÉE 2012 STABLE SELON JONES LANG LASALLE HOTELS



Pour Jones Lang LaSalle Hotels, le montant des transactions en 2012 devrait rester stable, à

11 milliards de dollars contre 10,9 milliards de dollars en 2011 sur toute la zone EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique).

En 2012, "le Royaume-Uni devrait rester le marché le plus liquide", d'après Yves Marchal, directeur général Europe du Sud de Jones Lang LaSalle Hotels, confirmant sa position de leader en 2011 avec 4 milliards de dollars investis.

En France et en Allemagne, le marché devrait rester stable : l'Hexagone ayant réalisé 2,1 milliards de dollars d'investissement en 2011, contre 1 milliard de dollars outre-Rhin, en hausse de 51 %.

Pour Jones Lang LaSalle Hotels, "les banques devraient rester les acteurs clés du marché, en encourageant la vente d'hôtels placés sous administrateur judiciaire".



MUNICH À LA FÊTE

Le marché en Allemagne s'est beaucoup essoufflé au cours du second semestre 2011 avec seulement

Le luxe a la cote

Avec un nombre de nuitées proche du record historique de 2007, l'hôtellerie française a connu une forte progression l'année passée.

Hôtellerie : hausse de la fréquentation en 2011



Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État chargé du Tourisme.

Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État chargé du Tourisme, a rendu publique l'enquête de fréquentation hôtelière réalisée par la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS) et l'Insee.

À l'instar de l'hébergement de plein air, qui a enregistré en 2011

un nouveau record de fréquentation, les nuitées passées dans les hôtels ont augmenté de 3,2 % selon l'enquête. Avec 198,3 millions de nuitées, la fréquentation des hôtels s'approche de son record historique de 2007 (198,9 millions de nuitées). Le nombre de nuitées de la clientèle française progresse plus fortement que celui des touristes étrangers (+ 3,5 % contre + 2,4 %). Alors que la fréquentation européenne augmente de 0,4 %, les nuitées des touristes russes progressent de 20,1 %, celles des Asiatiques de 9,8 %, dont une hausse de 25,2 % pour les Chinois, et celle des pays d'Amérique de 6,8 %, dont 3,8 % pour les touristes en provenance des États-Unis.

FORTE HAUSSE EN ALSACE

Ce sont les établissements 4 et 5 étoiles qui tirent la croissance de la fréquentation avec une hausse de 27,3% de leur fréquentation et un taux d'occupation plus élevé que les autres établissements : 67,3 %

contre 61 % en moyenne. Le littoral (+ 3,9 %) et les villes (+ 3,3 %) ont connu de plus fortes progressions que les espaces ruraux (+ 2,4 %) ou la montagne (+ 1,7 %). Presque toutes les régions françaises ont connu une hausse de leur fréquentation hôtelière, avec de fortes croissances enregistrées en Alsace (+ 6,8 %), en Rhône-Alpes (+ 5,8 %) et en Pays-de-la-Loire (+ 5,5 %). Suite à l'annonce

de ces résultats, Frédéric Lefebvre a déclaré : "Le bilan 2011 de la fréquentation hôtelière montre la pertinence de la stratégie que j'ai mise en place avec les acteurs du tourisme, pour promouvoir la qualité de l'offre touristique de notre pays. Dans un contexte international de crise économique, le tourisme confirme son rôle essentiel en faveur de la croissance économique et de la création d'emploi."

En bref

Côte d'Azur : les plages sont ouvertes



René Colomban, président de la Fédération nationale des plages et restaurants.

Les professionnels de la Riviera bénéficient de conditions climatiques exceptionnelles et de l'affluence liée au tourisme d'affaires et de loisirs. "La saison commence de plus en plus tôt", constate René Colomban, propriétaire du Blue Beach et président de la Fédération nationale des plages et restaurants. "Avant, on ouvrait à Pâques. À Nice, les plages ouvrent aujourd'hui début février, pour le Carnaval. Cannes est boostée par ses congrès. Cette année, Juan-les-Pins et Saint-Tropez mettent à profit le beau temps et l'arrivée des vacanciers. Mais c'est l'hiver. Même s'il y a du monde, il n'y en a pas pour remplir toutes les plages." Prudents face aux aléas climatiques, les professionnels ont mis sur des installations réduites et le matériel est rentré chaque soir. "Nous ne pourrions plus aujourd'hui n'ouvrir qu'à Pâques, estime René Colomban. Ce ne serait pas viable. Les loyers sont de plus en plus chers, et si nous voulons conserver notre personnel à l'année, il faut faire rentrer de l'argent dans les caisses. L'hiver permet d'avoir un équilibre."

9,22€

Taux horaire minimum conventionnel

9,22€

Taux horaire Smic

3,44€

Valeur du repas

3031€

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

Pour les entreprises de moins de 10 salariés

Une aide temporaire à l'embauche des jeunes a été créée en faveur des très petites entreprises. En parallèle, l'aide à l'embauche d'un jeune en alternance est prolongée de 6 mois, soit jusqu'en juin 2012.

Comment bénéficier de l'aide à l'embauche d'un jeune de moins de 26 ans

Comme l'avait annoncé le président de la République, **Nicolas Sarkozy**, le 18 janvier 2012 lors du sommet consacré à la crise, un décret en date du 7 février, publié au *Journal officiel* du 8 février, instaure une aide à l'embauche pour les jeunes de moins de 26 ans dans les très petites entreprises (TPE) de moins de 10 salariés. Celles-ci peuvent en bénéficier rétroactivement pour les embauches réalisées à partir du 18 janvier 2012. Le principe de cette aide reprend la plupart des dispositions définies dans le cadre de l'aide exceptionnelle à l'embauche dans les TPE. Instauré en décembre 2008, ce dispositif a pris fin en juin 2010. Les entreprises comptant moins de 10 salariés au 31 décembre 2011 peuvent donc demander à bénéficier d'une aide de l'État pour toute embauche de jeunes âgés de moins de 26 ans effectuée entre le 18 janvier 2012 et le 17 juillet 2012 inclus. Attention : l'effectif de l'entreprise s'apprécie tous établissements confondus, en fonction d'une moyenne mensuelle calculée sur l'année 2011. Pour les entreprises créées en 2011, l'effectif s'apprécie sur une moyenne pour chacun des mois d'existence. Pour les entreprises créées en 2012, l'effectif s'apprécie à la date de création.

LES EMBAUCHES CONCERNÉES

Seules les embauches de jeunes de moins de 26 ans (réalisées entre le 18 janvier et le 17 juillet 2012 inclus) ouvrent droit à cette aide. L'âge du jeune s'apprécie à la date de début d'exécution du contrat de travail. Le jeune doit être titulaire d'un contrat à durée indéterminée ou d'un contrat à durée déterminée supérieur à un mois. En cas de CDD, l'Urssaf rappelle dans les formulaires de demande d'aide que le contrat doit être de 1 mois et 1 jour. Un contrat conclu du 1^{er} au 31 mars 2012 ne donne pas droit à l'aide, alors que l'entreprise pourra y prétendre si le contrat est conclu pour la période du 1^{er} mars au 1^{er} avril 2012 inclus. Le contrat peut être conclu à temps plein ou partiel. Les employeurs du secteur HCR peuvent bénéficier de ces dispositions pour toute nouvelle embauche, y compris pour le recrutement de jeunes saisonniers. Le décret précise qu'est considérée comme une embauche donnant lieu à cette aide le renouvellement d'un CDD d'une durée supérieure à un mois ou la transformation d'un contrat à durée déterminée en CDI. Pour avoir droit à cette aide, l'employeur ne doit pas avoir procédé à un licenciement économique sur le poste pourvu par le recrutement dans les six mois précédant l'embauche, sauf si le salarié est recruté au titre de la priorité d'embauche des salariés précédemment licenciés pour motif économique. En outre, le paiement de l'aide est conditionné à ce que l'employeur soit à jour de ses obligations déclaratives de paiement à l'égard des organismes de recouvrement des cotisations de Sécurité sociale ou d'assurance-

chômage. Si l'employeur a souscrit à un plan d'apurement des cotisations restant dues et le respecte, la condition est réputée remplie.

DURÉE ET MONTANT DE L'AIDE

L'aide est accordée au titre des gains et rémunérations versées au jeune au cours des 12 mois suivant la date d'embauche.

Le montant mensuel de l'aide se calcule en appliquant un coefficient à la rémunération mensuelle brute soumise à cotisation de Sécurité sociale, y compris les heures supplémentaires ou complémentaires. Le coefficient est déterminé par l'application de la formule suivante :

Coefficient $(0,14/0,06) \times (1,6 \text{ montant mensuel du smic} \div \text{rémunération mensuelle brute hors heures supplémentaires et complémentaires} - 1)$.

Le résultat obtenu est arrondi à trois décimales, au millième le plus proche. Cette aide n'est due que pour les mois où elle atteint un montant au moins égal à 15 €. Bien que cette aide soit calculée selon des modalités très similaires à la réduction Fillon, il ne s'agit pourtant pas d'une réduction de cotisations sociales, et celle-ci n'a donc pas à figurer sur le bulletin de paie. L'employeur doit donc en faire la demande auprès de Pôle emploi.

UNE AIDE CUMULABLE AVEC LA RÉDUCTION FILLON

Cette aide à l'embauche est en revanche cumulable avec la réduction générale de cotisations, dite réduction Fillon. Concrètement, pour un jeune rémunéré au smic, l'entreprise peut bénéficier d'une exonération totale de charges patronales.

En revanche, cette aide ne se cumule pas avec l'aide financière versée au titre des contrats d'insertion (contrat initiative-emploi, contrat d'accompagnement dans l'emploi...) ni aux aides temporaires à l'embauche de jeunes sous contrat d'apprentissage.

COMMENT EN BÉNÉFICIER

Vous devez en faire la demande à Pôle emploi au moyen d'un formulaire de 'Demande d'aide à l'embauche d'un jeune/zéro charges TPE'. Celui-ci est téléchargeable sur le site www.pole-emploi.fr. Vous pouvez aussi vous le procurer dans une agence Pôle emploi ou une mission locale.

Une fois ce formulaire complété, vous devez y joindre une copie du contrat de travail ou de son avenant et l'envoyer à Pôle emploi.

Attention ! Cette demande doit être effectuée au plus tard dans un délai de 3 mois après la date de début d'exécution du contrat. Passé ce délai, l'aide ne pourra pas vous être attribuée.

Ensuite, un formulaire de déclaration des périodes de travail et des rémunérations du jeune embauché vous est transmis automatiquement par Pôle emploi, chaque

fin de trimestre. Vous devez compléter et renvoyer ce document à Pôle emploi dans les 3 mois qui suivent. Le montant de l'aide est calculé par Pôle emploi et l'aide est versée par virement dans le mois qui suit la déclaration des périodes d'emploi.

PROLONGATION DE L'AIDE À L'EMBAUCHE DES JEUNES EN ALTERNANCE

Les employeurs de moins de 250 salariés ont droit à une aide pour toute embauche d'un jeune de moins de 26 ans en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, à condition que celle-ci ait pour effet d'augmenter le nombre de salariés employés en alternance dans l'entreprise. Ce dispositif ouvert initialement pour les contrats conclus entre le 1^{er} mars et le 31 décembre 2011 a été prolongé pour les contrats conclus entre le 1^{er} janvier et le 30 juin 2012.

MONTANT ET DURÉE DE CETTE AIDE

L'aide est à durée limitée. Elle est accordée pour une durée de 12 mois et son calcul varie selon la nature du contrat conclu.

- Pour les contrats d'apprentissage, le montant de l'aide se calcule grâce à la formule suivante : $\text{smic horaire applicable au 1^{er}} janvier de l'année en cours} \times 151,67 \times (\text{pourcentage du smic applicable à l'apprenti à la date de début d'exécution du contrat} - 11\%) \times 0,14 \times 12$.

- Pour un contrat de professionnalisation, le montant de l'aide varie selon la taille de l'entreprise, elle est calculée selon les formules suivantes :

- Entreprises de moins de 20 salariés : $\text{smic horaire applicable au 1^{er}} janvier de l'année en cours} \times 151,67 \times \text{pourcentage du smic applicable au jeune à la date de début d'exécution du contrat de professionnalisation} \times 0,12 \times 12$.

- Entreprises de 20 salariés et plus : $\text{smic horaire applicable au 1^{er}} janvier de l'année en cours} \times 151,67 \times \text{pourcentage du smic applicable au jeune à la date de début d'exécution du contrat de professionnalisation} \times 0,14 \times 12$.

COMMENT DEMANDER ET RECEVOIR LE PAIEMENT DE L'AIDE

Pour bénéficier de cette aide, l'employeur doit adresser une demande à Pôle emploi au moyen du formulaire 'Demande d'aide à l'embauche d'un jeune sous contrat d'apprentissage ou de professionnalisation supplémentaire dans les petites et moyennes entreprises'. Celui-ci est téléchargeable sur le site de Pôle emploi. Vous devez ensuite l'adresser dans les quatre mois qui suivent le début du contrat à Pôle emploi, qui versera cette aide en deux fois. Le premier versement, correspondant à 6 mois, a lieu au cours du deuxième mois suivant la réception de la demande.

PASCALLE CARBILLET

□ Courriers des lecteurs

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

sur www.lhotellerie-restauration.fr

Avec ou sans badgeuse, vous devez décompter le temps de travail

J'aimerais savoir si les restaurants sont obligés d'installer une pointeuse. Mon patron m'a dit qu'une loi le stipulait. **FAB**

Il n'existe pas de texte conventionnel ni de loi qui prévoit l'obligation pour les entreprises, y compris celles du secteur de la restauration, d'installer une badgeuse ou pointeuse. En revanche, la réglementation impose aux entreprises de mettre en place des relevés individuels d'horaires pour chaque salarié. Ces derniers doivent les contresigner, comme le rappelle la convention collective nationale du 30 avril 1997 dans son article 21 alinéa 6 relatif à l'affichage et au contrôle de la durée du travail. L'avenant n° 2 du 5 février 2007 propose en annexe 3 un modèle de feuille de décompte journalier de la durée du travail - qui peut être fait manuellement, sur feuille volante ou dans un registre - avec un récapitulatif hebdomadaire. En pratique, face à des entreprises qui ne mettent pas en place un contrôle régulier de la durée du travail de leurs salariés, l'inspection du travail impose souvent de mettre en place une badgeuse. L'employeur n'est pas tenu de soumettre à cette demande s'il est en mesure d'apporter des relevés individuels d'horaires manuels contresignés par les salariés. Les obligations à respecter en matière d'affichage et de contrôle hebdomadaire de la durée du travail vont dépendre de l'organisation du temps de travail ; elles seront différentes selon que l'entreprise pratique des horaires collectifs ou individuels. Dès lors que les salariés d'un même service travaillent

tous selon les mêmes horaires, il s'agit d'horaires collectifs, et, dans ce cas, l'affichage des horaires dans le service est suffisant. Mais, le plus fréquemment dans la profession, les salariés n'arrivent ni ne partent à la même heure. Il s'agit là d'horaires individualisés. Dans ce cas, il faut mettre en place trois types de contrôle :

- chaque jour, il faut enregistrer les horaires de travail de chaque salarié (c'est-à-dire contrôler l'heure d'arrivée et de départ de chacun) ;
- chaque semaine, il faut ensuite effectuer un récapitulatif des horaires de travail réellement accomplis par le salarié, afin de voir si celui-ci a effectué ou non des heures supplémentaires. Ce récapitulatif devra être signé par le salarié ;
- à la fin du mois, vous devez établir un document mensuel qui sera annexé au bulletin de paie.

Le fait de ne pas mentionner les heures supplémentaires effectuées par le salarié sur le bulletin de paie est assimilé à du travail dissimulé, passible d'amende. Sans oublier la possibilité de recours que peut exercer le salarié devant le conseil des prud'hommes en rappel de salaire. Ce rappel peut porter sur les cinq dernières années à partir de sa réclamation.

**'Droit du travail en CHR :
Tous les contrats de travail
(+ modèles)'**

Les extras doivent figurer sur le registre du personnel

Faut-il inscrire les extras pour un service - ils sont déclarés sur le Tese - sur le registre unique du personnel ? **DEHOSSE**

Le recours au titre emploi service entreprise (Tese) pour l'embauche et la gestion de vos salariés en extra ne vous dispense pas de faire figurer les extras sur votre registre unique du personnel. L'article L.1221-13 du code du travail prévoit que l'employeur doit tenir à jour un registre du personnel comportant, dans l'ordre des embauches, les nom et prénom du salarié. Ces mentions doivent être inscrites sur le registre au moment de l'embauche, de façon indélébile. Vous devez également faire figurer

les informations complémentaires suivantes (définies par l'article D.121-23 du code du travail) : nationalité, date de naissance, sexe, emploi, qualification, les dates d'entrée et de sortie de l'établissement, sans oublier pour ces salariés en extra de faire figurer la mention CDD (pour contrat à durée déterminé).

**'Droit du travail en CHR :
Tous les contrats de travail
(+ modèles)'**

Vous cherchez
un **EMPLOI** dans
**L'HÔTELLERIE
RESTAURATION ?**

Salon
LHR Emploi

JEUDI 15 MARS 2012
9 H - 18 H

AU CENTQUATRE

104 RUE D'AUBERVILLIERS • PARIS 19^E

M Stalingrad - Lignes 2 et 5 - Riquet - Ligne 7



**ENTRÉE LIBRE ET GRATUITE
SE MUNIR DE CV**

Pré-enregistrez-vous sur :

WWW.LHR-EMPLOI.FR



Flashez-moi !

Pour toutes informations :

☎ 01 45 48 64 64

Organisé par **L'Hôtellerie
Restauration**

Des solutions qui peuvent s'avérer coûteuses

Il existe sur le web beaucoup de sites recensant les avis de voyageurs et fonctionnant sur le même principe : proposer des témoignages et permettre de comparer les prestations et les prix des établissements hôteliers et des restaurants.

Faut-il nécessairement passer par les sites d'opinion sur internet ?

Les sites d'opinion sur internet donnent à la fois les avis positifs et négatifs à propos d'un établissement, sur la même page. Ce qui peut poser problème, car on peut avoir 100 avis positifs et un seul négatif, cela n'empêchera pas ce dernier d'apparaître en première page.

Exemple : un restaurant reçoit un avis positif à 87 % mais le premier commentaire visible est un commentaire négatif.

L'équilibre n'est donc pas toujours assuré dans la présentation des avis.

LES DIFFICULTÉS LÉGALES DE TRIPADVISOR

Tripadvisor est le site d'opinion le plus utilisé au monde (50 millions de visiteurs). Il relaye sur son site les commentaires de voyageurs. En octobre dernier, le site Tripadvisor ainsi que les sites Expedia et Hotels.com ont été condamnés en France par le tribunal de commerce de Paris pour pratiques commerciales déloyales. Il leur était reproché de donner des informations trompeuses selon lesquelles certains hôtels étaient complets et de renvoyer les clients vers un autre hôtel, partenaire payant du site.

Tripadvisor était à l'époque une filiale d'Expedia, géant américain de la réservation de voyages en ligne, ce qui a fragilisé sa crédibilité. Depuis le 21 décembre 2011, pour entrer en Bourse, Tripadvisor a fait scission avec Expedia. Pour autant, les deux sociétés entretiennent toujours des liens, Tripadvisor renvoyant au site Expedia, notamment en ce qui concerne la recherche des 'hôtels les moins chers'.

LA MISE EN GARDE EN GRANDE-BRETAGNE

Plus récemment, Tripadvisor a essuyé un autre revers, en Grande-Bretagne cette fois. L'autorité de régulation de la publicité anglaise (Advertising Standards Authority) a rendu le 1^{er} février, après quatre mois d'enquête, une décision lui interdisant de prétendre que les commentaires postés sont 'honnêtes, fiables ou réels'. L'agence retient que les visiteurs du site n'ont pas la capacité de reconnaître et de séparer les faux commentaires des vrais et que le droit de réponse accordé aux hôteliers et aux restaurateurs sur le site n'est pas suffisamment efficace pour protéger leurs droits.

Tripadvisor s'est défendu en expliquant que les visiteurs de son site ne se contentaient pas d'un ou deux commentaires pour se forger leur opinion sur un établissement mais de plusieurs dizaines et qu'ainsi, ils obtenaient une vision assez équilibrée des points de vue. Cette décision de justice pointe néanmoins le malaise et la confusion qui règnent sur internet. Pour les professionnels, il s'agit de savoir comment gérer leur réputation en ligne, mais aussi la faire valoir et la protéger.

Un restaurant reçoit un avis positif à 87 %, mais le premier commentaire visible est un commentaire négatif.



Exemple d'établissement sponsorisé par Tripadvisor.

QUEL EST L'IMPACT DES SITES D'OPINION EN LIGNE ?

Selon une étude Médiamétrie de 2010, 77 % des clients réservent leur chambre d'hôtel sur internet, par le biais d'une centrale de réservation ou directement sur le site de l'établissement, et 90% des clients ont consulté internet pour se renseigner sur l'établissement choisi. Les avis des clients, vrais ou faux, ont donc pris

une place considérable dans la stratégie commerciale de chaque établissement.

Lorsqu'on effectue une recherche d'hôtel ou de restaurant sur un moteur de recherche tel que Google ou Bing, le site Tripadvisor est très souvent en première page, voire en tête de liste, des liens référencés. Ainsi, les faux avis ou les commentaires négatifs de consommateurs peuvent se retrouver dans les tout premiers résultats affichés des requêtes et peuvent donner une impression désastreuse d'un établissement. Et, dans la foulée, influencer sur son taux de réservation.

LE PARTENARIAT EST-IL LA SOLUTION ?

Le partenariat peut être une solution pour augmenter le volume de vos réservations : il consiste à payer une commission à un intermédiaire, entre 12 % et 20 % du prix de vente, pour figurer dans les listes d'hôtels ou restaurants référencés sur Tripadvisor et autres

sites d'opinion. Avec ce partenariat, le site d'opinion dirige automatiquement le visiteur vers des sites de

réservation en ligne lorsqu'il sélectionne une destination et une date. La profitabilité de ce type de référencement n'est pas garantie. Néanmoins, la visibilité de votre établissement sur internet ne peut se faire qu'en y participant. Si votre établissement est situé dans un endroit peu fréquenté, ne pas se faire connaître sur les moteurs de recherche et se passer ainsi de cette forme moderne de bouche à oreille peut s'avérer bien plus coûteux que de payer pour un partenariat. Tripadvisor et Google Adwords (le programme de publicité en ligne du moteur de recherche Google) ont également mis en place un autre système, le Cost Per Click (ou CPC). Celui-ci consiste à payer à chaque fois qu'un visiteur clique sur le lien de votre établissement : les hôtels doivent payer entre 0,3 et 0,6 € par clic sur Google et entre 0,6 et 0,8 € sur Tripadvisor.

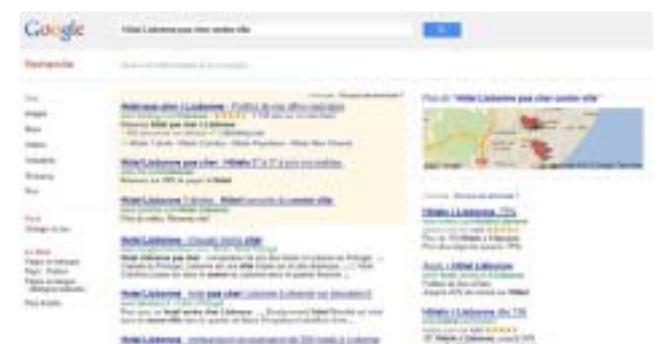
Google, qui est le moteur de recherche le plus utilisé dans le monde, permet donc, avec une sélection de mots-clés, de faire apparaître sur le côté droit de l'écran le lien de votre établissement. Des liens publicitaires utilisant le procédé de CPC peuvent aussi être placés dans les premiers résultats au centre, et non plus sur la droite de l'écran. Leur couleur diffère néanmoins légèrement des liens non sponsorisés.

Selon une étude réalisée par Miraiespana.com, site espagnol de conseil pour l'industrie hôtelière, la solution n'est pas forcément avantageuse car, selon la taille de l'établissement, le lieu où il se trouve et son classement, vous pouvez avoir à payer une commission située entre 25 % et 45 % du prix de la chambre. Pour un hôtel haut de gamme situé dans une grande ville telle que Paris ou Madrid, les visiteurs vont cliquer à de nombreuses reprises sur le lien de l'établissement sans avoir forcément une volonté d'achat.

Le montant de la facture peut vite grimper, et n'est pas prévisible. Si, par ailleurs, un budget a déjà été engagé auprès d'intermédiaires de réservations tels que Venere, Ebooking ou Expedia, il n'est pas utile de surenchérir avec le Cost Per Click sur les sites d'opinion, d'après l'étude. En conclusion, le rapport de Miraiespana.com rappelle la nécessité de satisfaire les clients car c'est votre position dans le classement des sites d'opinion qui détermine la rentabilité d'un système de Cost Per Click.

Ces partenariats avec des sites d'opinion ne sont pas la seule chose à considérer sur internet. Dans un prochain article, nous vous dirons comment lutter contre les avis négatifs postés sur les sites d'opinion.

M^e LUCIE BRUNEAU,
CABINET MENANT ET ASSOCIÉS



Le Cost Per Click fait ressortir des établissements ne correspondant pas toujours aux critères de recherche, comme ce lien vers un hôtel 5 étoiles...

12 binômes en finale

Paris (VI^e) Les deux apprentis, qui forment un duo cuisine-salle, sont en apprentissage à la brasserie La Lorraine.

Alyson Milkowski et Vincent Guyot remportent le 18^e challenge Frères Blanc

Créé il y a dix-huit ans, ce challenge permet de valoriser le travail des jeunes collaborateurs au sein des établissements du groupe Frères Blanc. Notre but est également de convaincre de l'efficacité de l'alternance, une véritable formation de terrain. De plus, mettre en avant le travail de la salle et de la cuisine fait partie de nos objectifs", explique **Jean-Michel Texier**, président du groupe Frères Blanc. Les apprentis ont été présélectionnés par chaque directeur de restaurant, puis ont passé une épreuve théorique (répondre à un questionnaire sur le thème de l'Auvergne et sur leur profession). Les douze meilleurs binômes salle-cuisine ont gagné leur ticket pour la finale qui se déroulait le 29 février dans les locaux de l'école Ferrandi à Paris (VI^e). Côté cuisine, ils devaient, en amont, préparer les fiches techniques des plats à réaliser le jour du concours : un amuse-bouche, une entrée et un plat, à partir d'un panier imposé préparé par **Bernard Leprince**, MOF et chef exécutif du groupe. Côté salle, chaque candidat devait dresser les tables, réaliser la décoration florale et le service d'un déjeuner pour 8 personnes.

"UNE VÉRITABLE ENVIE DE RÉUSSIR"

Le stress est encore monté d'un cran lorsque le secrétaire d'État au Tourisme **Frédéric Lefebvre** est passé en coulisses pour observer le travail des apprentis : "On peut voir la passion qui les anime et surtout une véritable envie de réussir", constate-t-il.



Marc Durnerin, directeur de la brasserie La Lorraine, les lauréats Vincent Guyot en cuisine et Alyson Milkowski en salle, avec le chef Régis Marcon.

Ce challenge est une belle initiative qui met en lumière deux métiers essentiels et d'avenir". À table, un jury composé d'enseignants, de formateurs, de directeurs et de chefs des restaurants du groupe Frères Blanc, et présidé par le chef 3 étoiles **Michelin Régis Marcon**, a désigné les vainqueurs. **Alyson Milkowski** et **Vincent Guyot** sont en apprentissage à La Lorraine, c'est la 3^e victoire consécutive pour cette brasserie située place des Ternes à Paris. Les plats réalisés ? Potée auvergnate sur amuse-bouche, Crèmeux de lentilles aux Saint-Jacques, écume d'ail fumé et Côte de veau en écailles de champignons, gratin dauphinois au bleu d'Auvergne. "On s'est fait mutuellement confiance et on a tout misé sur la communication. C'est essentiel de se parler entre la cuisine et la salle", s'enthousiasment les lauréats.

HÉLÈNE BINET



De gauche à droite : Régis Marcon, parrain du concours, Bernard Leprince, chef exécutif du groupe Frères Blanc, le secrétaire d'État au Tourisme Frédéric Lefebvre, Sophie Mise, commissaire générale de la Fête de la gastronomie, Jean-Michel Texier, président du groupe Frères Blanc, et Sophie Chabot, directrice des ressources humaines.

LES FINALISTES 2012

Sonia Cardoso Furtados et **Hoël Kerloveou** (Grand B) ; **Christopher Belair** et **Maxime Guiffrida** (Alsace) ; **Julien Lapinsonnière** et **Romain Guerpillon** (Procope) ; **Julien Nedellec** et **Bertrand M'Benny** (Pied de Cochon) ; **Julia Chalik** et **Jonathan Gonzales** (Charlot) ; **Davina Soglo** et **Rémi Granger** (Chez Jenny) ; **Delphine Dannesbuchler** et **Sébastien Laudrain** (Grand Café) ; **Maëlle Lostec** et **Gianni Cirimele** (Clément Wagram) ; **Véronica Fins Carrera** et **Victor Zou** (Clément Maillot).

De nombreux participants

Dominique Loiseau, marraine d'exception pour la journée Objectif emploi

Dominique Loiseau présidait cette année la journée Objectif emploi au lycée Hyacinthe Friant de Poligny (39). Deux temps forts ont ponctué ce rendez-vous dont le but est de mettre en relation les étudiants avec les professionnels du secteur. D'abord une présentation par Dominique Loiseau du groupe Bernard Loiseau SA, suivie par quelque 200 élèves



Dominique Loiseau entourée par ses filleuls et filleules et Mme Locatelli, organisatrice de la journée.

sortants, puis des entretiens individuels entre candidats et entreprises. Y participaient les groupes Evian Resort, Accor, Club Med, Casino Restauration, Elixir, Sodexo, Courtepaille, Buffalo Grill, Disneyland, mais aussi l'Hôtel

Poligny (39) Comme chaque année, le lycée Hyacinthe Friant organisait le parrainage de la promotion sortante par une personnalité du monde de l'hôtellerie-restauration, en même temps qu'une rencontre entre étudiants et professionnels.

Bristol de Genève et l'Hôtel Beau Rivage de Lausanne, **Jean-Paul Jeunet** du restaurant Jean-Paul Jeunet à Arbois et d'anciens élèves de Poligny actuellement en poste. **Armelle Claudet**, proviseur, **Béatrice Chirouze**, proviseur adjoint et **Patrick Derozier**, chef des travaux, ont permis aux jeunes de mieux cerner les débouchés et les perspectives de carrières.

Une démarche d'accompagnement bénéfique

L'édition 2012 du Job dating au lycée des métiers Jean Monnet a mis en relation futurs diplômés et professionnels du secteur. L'occasion pour les jeunes d'appréhender plus sereinement leur entrée dans la vie active.

À Limoges, premiers pas vers le monde du travail

Armés d'un C.V. et d'une bonne dose de trac, des étudiants (BTS), des élèves (bac pro et CAP) et des apprentis (brevet professionnel) sont allés à la rencontre de professionnels à l'occasion du Job dating organisé au lycée des métiers de l'hôtellerie, de la restauration et de l'alimentation Jean Monnet à Limoges le 21 février dernier. "Au fil des ans, le Job dating est devenu un rendez-vous incontournable pour le lycée comme pour les acteurs de ces secteurs d'activité. Si bien que cette année, nous en avons avancé la date afin de répondre à la volonté des

professionnels qui souhaitent recruter, pour la saison estivale notamment", explique **Nadège Vergnaud**, proviseur de l'établissement.

LA PROFESSION RÉPOND PRÉSENT

Ils étaient ainsi 24 professionnels venus de tous horizons (artisanat, armée, collectivités territoriales, grands groupes hôteliers, restauration collective, gastronomie ou grande distribution, agences d'intérim et presse spécialisée) à se prêter avec bienveillance au jeu de l'entretien individuel. Bien que difficile et

parfois déstabilisant, cet exercice permet pourtant au jeune de mesurer l'importance que revêt un premier contact avec l'entreprise, souvent déterminant lors d'une recherche d'emploi.

Mais il arrive également que ces échanges soient si fructueux qu'ils débouchent sur des promesses d'embauche. Les traditionnelles portes ouvertes du lycée Jean Monnet, autre grand rendez-vous annuel en matière d'orientation professionnelle, se dérouleront le 24 mars prochain.

FABRICE VARIERAS

“L’implication de chacun est nécessaire”

Épinal (88) Le restaurant-discothèque Le Panache, accueillait, le 5 mars, l’assemblée générale du syndicat patronal des Vosges, la FIH 88. Parmi les invités, Thierry Grégoire, président national des saisonniers, très remonté contre l’inégalité de traitement entre les chambres d’hôte et les hôtels.

FIH 88 : des solutions dans l’échange et la discussion

Trois parlementaires avaient répondu à l’invitation de la Fédération de l’industrie hôtelière (FIH) 88, affiliée à l’Umih, qui tenait le 5 mars son assemblée générale annuelle. Certes, l’évocation de la prochaine élection présidentielle a parcouru les esprits, mais les politiques ont pris de longue date l’habitude d’assister aux réunions du syndicat. Pour **Michel Heinrich**, député maire d’Épinal, **Gérard Cherpion**, député des Vosges, et **Jackie Pierre**, sénateur et vice-président du conseil général, il s’agit avant tout d’accompagner un secteur qui a su “évoluer” et “s’adapter” depuis vingt ans. Son maintien est “crucial” pour l’équilibre économique du département, a réaffirmé le premier magistrat d’Épinal. L’hôtellerie et la restauration familiales vosgiennes, piliers d’avenir, doivent toutefois faire face “aux nouvelles normes, qui sont autant de nouvelles contraintes”, rappelle **Xavier Grimon**, président de la FIH 88. Des financements et des aides pratiques ont été mises en place avec Vosges développement et la chambre de



De g. à d. : **Éric Guillaume**, **Gérard Cherpion**, **Thierry Grégoire**, **Xavier Grimon**, **Valérie Pierre**, **Michel Heinrich**, **Jackie Pierre** et **Gérard Claudel**.

commerce et d’industrie des Vosges, qui est, pour la première fois, présidée par un représentant des services : **Gérard Claudel**, ancien président de la FIH 88, hôtelier spinalien et actuel président de Best Western France. L’homme est aussi le parrain national de la coupe Georges Baptiste 2012. Son message : que les professionnels “s’approprient” la fédération. “L’implication de chacun est nécessaire, tout comme le mélange des générations”, a-t-il insisté. La FIH 88 en est la preuve avec une jeune vice-présidente en charge de la formation, **Valérie Pierre**, et un jeune trésorier,

Éric Guillaume. Pour cet hôtelier, franchisé indépendant, c’est “dans l’échange, dans l’ouverture et dans la discussion que l’on trouve des solutions”. Même constat chez **Christiane Thénot**, du Logis Relais vosgien à Saint-Pierremont, qui a reçu le trophée Madame Commerce de France en 2011.

“UNE INDUSTRIE MAJEURE”

Deux satisfecit encore : le renouvellement des premiers titres de Maître restaurateur qui va bon train et l’arrivée de l’écotourisme dont une dizaine d’hôtels devraient bénéficier d’ici à la fin 2012.

Autre invité de cet après-midi qui s’est révélé très studieux, **Thierry Grégoire**, président national des saisonniers de l’Umih et président de la région Umih Nord-Pas de Calais. “Nous sommes une industrie majeure et il faut que nos élus prennent conscience du poids et de l’enjeu que nous représentons” a-t-il martelé, réclamant notamment, pour le tourisme, un ministère plein.

L’homme est également en croisade contre l’inégalité réglementaire. “Les chambres d’hôte font le même métier que les hôtels, elles doivent être soumises aux mêmes règles. Il faut que le législateur ait le courage d’aller au bout de sa démarche. Or, seuls les hôtels croulent sous les contraintes. Pourtant, les risques d’incendie sont les mêmes partout...” À l’ordre du jour encore, la participation du cabinet d’expertise comptable In Extenso, qui est revenu sur les avantages en nature des dirigeants d’entreprise, HCR prévoyance et santé ou encore Oséo, en charge du prêt pour la modernisation de la restauration. Du concret !

SYLVIE SOUBES

“Une hôtellerie en souffrance”

Lorient (56) Philippe Quintana, président de l’Apiih, vient d’officialiser la création du pôle Bretagne de son syndicat.

Les hôteliers à la conquête de l’Ouest



La création de l’Apiih Bretagne a réuni à Lorient (de g. à d.) **Dany Le Saut**, chargée de développement en Bretagne, **Philippe Quintana**, président de l’Apiih, **Anne-Laure Besnier**, responsable administratif du syndicat, et **Thomas Leroy**, chargé de développement.

Nous avons envie de nous ancrer en Bretagne”, résume **Philippe Quintana**, président de l’Association des professionnels indépendants de l’industrie hôtelière (Apiih). Les adhérents qui composent aujourd’hui le bureau de l’Apiih, créée en 2010 et partenaire du Synhorcat, sont tous d’anciens membres de l’Umih 44-49. D’où l’extension de l’Apiih vers le grand Ouest. Philippe Quintana ne cache pas qu’après la Bretagne, il vise la région Poitou-Charentes. C’est à Lorient (56) que le président de l’Apiih, également restaurateur à Nantes (44), a officialisé la naissance du pôle Bretagne de son syndicat. L’occasion de mettre en avant ses priorités pour 2012, notamment “la défense d’une hôtellerie en souffrance”. Pour cela, l’Apiih est à l’origine du site RED - www.reservationendirect.

com -, qui permet aux hôteliers de louer leur chambre “en évitant d’utiliser les intermédiaires de commercialisation en ligne”, explique Philippe Quintana. Autre dossier : les normes d’accessibilité prévues pour 2015. “Nous sommes partenaires de Cap’Horizon, association qui pratique des diagnostics d’accessibilité, des formations et du conseil en aménagement.”

“LA TRANSPARENCE DANS L’ASSIETTE”

Côté restauration, l’Apiih réclame “la transparence dans l’assiette”. “Nous souhaitons valoriser la restauration d’excellence : celle qui mise sur la qualité en transformant un produit brut, surgelé ou pas, pour la confection des plats”, insiste Philippe Quintana. Le syndicaliste se dit également favorable à la dénomination de Maître restaurateur, “dont il suffit de faire la demande en préfecture”. À cette transparence, s’ajoute une volonté d’“indépendance”, “indispensable pour conserver une marge de manœuvre”. Et susciter l’intérêt des professionnels et ainsi augmenter le nombre des adhérents, estimé aujourd’hui à 1 500, répartis dans une cinquantaine de départements. Le 20 mars prochain à Paris, des rencontres sont prévues entre l’Apiih, le Synhorcat et des représentants des candidats en campagne pour la présidentielle. **ANNE ÉVEILLARD**

Apiih • 58 boulevard Gustave Roch • 44261 Nantes cedex 2 • Tél. : 02 40 48 49 05 • www.apiih.fr

Travail de fond reconnu

Bordeaux (33) La présence du président confédéral de l’Umih Roland Héguy a permis des échanges fructueux.

Umihra : une assemblée générale sans langue de bois

Le 5 mars à Bordeaux, les 6 présidents de département ont répondu présent et 20 personnes se sont retrouvées autour de la table. Soutenue par le conseil régional, l’Union des métiers et des industries de l’hôtellerie de la région Aquitaine (Umihra) doit son efficacité à un chargé de mission. **Jérôme Guillard** a remplacé en décembre **Alban Martinez**. Président depuis l’origine, en 2007, **Jean-Jacques Ernandoréna** n’entend pas s’endormir sur ses lauriers. “Notre travail de fond est reconnu par les instances régionales. Elles nous sollicitent, tout comme les filières professionnelles.” Son souhait : mieux communiquer sur les actions conduites dans les départements. L’exemple à suivre ? Le Pack nouvelles normes conçu dans les Landes, dispositif d’accompagnement pour les mises en conformité. Il a été validé par l’Umihra afin d’inciter les autres conseils généraux, comme celui des Landes, à subventionner les pré-audits. Parmi les autres projets actés pour 2012, le colloque régional hôtellerie et qualité à l’automne prochain qui abordera la problématique des saisonniers. Il y a aussi le 4^e appel à projets “éco-label européen” ; près de 50 dossiers sont dans les tuyaux et 30 établissements sont déjà écolabellisés. Appuis techniques à l’animation et aux montages de projets, titre de Maître restaurateur, label tourisme et handicap... Les échanges sont sans la langue de bois. “Très détendu” parmi les siens, le Basque **Roland Héguy** écoute et précise, insiste sur son engagement de “renforcer l’Umih en apportant aux adhérents/clients un maximum de services”.

BRIGITTE DUCASSE

Rendez-vous les 31 mars et 1^{er} avril

Limoux (11) En présence de leur président national, Michel Hermet, et d'élèves du lycée hôtelier de Toulouse, les professionnels étaient les hôtes du viticulteur Sieur d'Arques.

Les sommeliers ont préparé Toques et Clochers

En février, les sommeliers des associations Languedoc-Roussillon - vallée du Rhône Sud et de Midi-Pyrénées se sont donné rendez-vous à Limoux. Une visite de travail puisqu'ils sont associés à la sélection de vins du cépage chardonnay qui seront mis ensuite aux enchères durant le week-end du 1^{er} avril, lors de la fête gastronomique Toques et Clochers. C'est donc l'occasion de découvrir un nouveau millésime. "Nous avons connu beaucoup d'inquiétudes puis de joies", a expliqué **Régis Castan**, le responsable du vignoble de la société Sieur d'Arques, à l'origine de cette manifestation. "En mai, nous avions trois semaines d'avance pour le végétatif. Heureusement, le mois de juillet a pensé plus au vin qu'aux estivants et tout est rentré dans l'ordre." S'appuyant

sur quatre terroirs strictement définis, les chardonnays de Limoux ont aussi connu une production en hausse. **Michel Hermet**, président de l'Union de la sommellerie française, a participé à la dégustation de cette sélection qui doit permettre aux professionnels de confirmer la qualité mais aussi l'aptitude au vieillissement de ces vins qui vont demeurer plusieurs mois encore en barriques. Et s'il a apprécié l'image d'ensemble du millésime 2011, il n'a pas manqué de souligner que certains des clochers habitués à faire grimper les enchères n'étaient pas, pour l'instant encore, à la hauteur de leur réputation.

LE BRÉSIL À L'HONNEUR

Dans le même temps, un groupe d'élèves de mention complémentaire



Autour de **Michel Hermet**, sommeliers et élèves ont découvert le millésime 2011 des chardonnays de Limoux.

sommellerie au lycée hôtelier de Toulouse a découvert les secrets de fabrication des crémants et autres blanquettes qui font aussi la réputation de cette partie du vignoble audois, qui sera en fête le 30 mars à Antugnac et le 1^{er} avril à Limoux. À noter que cette année, Toques et Clochers aura

l'accent brésilien. En effet, les chefs à l'honneur sont tous installés de l'autre côté de l'Atlantique. Il s'agira de **Claude Troisgros** (L'Olympe à Rio), **Roberta Sudbrack** (notamment chef de cuisine de la présidence de la République) et **Roland Vilard** (Le Pré Catalan au Sofitel Rio). De son côté, **Dionisio Chaves**, sommelier de l'année au Brésil, représentera une profession en plein développement dans un pays où le vin occupe une place grandissante.

JEAN BERNARD

"J'ai toujours aimé ce type de challenge"

Montpellier (34) La chef de La Fenièrre s'est laissé tenter par ce défi au féminin et proposait des paniers pique-nique à l'occasion du salon Vinisud.

Reine Sammut partenaire des Femmes vignes Rhône

Pour sa première visite à Vinisud, le salon des vins de la Méditerranée, **Reine Sammut** ne s'est pas contentée d'aller à la rencontre des producteurs. Elle s'est installée au cœur du stand animé par les Femmes vignes Rhône. Une association créée en 2004 qui regroupe une trentaine de vigneronnes de la vallée du Rhône et qui assurent ensemble la promotion de leur domaine, notamment lors de ces grands rendez-vous. Des femmes du vin pour lesquelles la chef de Lourmarin a réalisé des paniers pique-nique. "J'ai toujours aimé ce type de challenge. Pendant cinq ans, par exemple, j'ai assuré la cuisine pour Canal + lors du festival de Cannes. À Montpellier, l'idée était différente, il s'agissait de s'adapter à la réalité d'un salon où l'on n'a pas toujours le temps de s'asseoir pour déjeuner. Lors d'une soirée 'Food, wine and rock'n'roll' organisée

chez nous, j'ai proposé aux membres de l'association de réaliser pour elles un repas complet sous la forme de verrines de 120 à 150 g chacune." Les actrices de cette opération ont été conquises par l'idée qui leur a permis, au cours des deux premiers jours du salon, d'offrir à leurs clients ou visiteurs ce panier repas imaginé pour se marier essentiellement avec les vins blancs : saumon mariné à l'aneth, houmous aux crevettes, compote de poivrons grillés et sala de seiche, comme un crumble, fromage blanc et coulis de fruits rouges. "Ce rapprochement va m'inciter



Reine Sammut, ambassadrice gourmande sur le stand des Femmes vignes Rhône.

à faire mieux connaissance avec leurs vins et je pense ajouter un pictogramme sur ma carte pour signaler quelles bouteilles sont issues des membres de l'association", poursuit Reine Sammut qui avoue avoir encore quelques envies originales. "J'aimerais me lancer sur les routes à bord d'un camion aménagé pour réaliser une cuisine itinérante, mais aussi avoir l'opportunité d'assurer la cuisine sur un tournage de cinéma..."

J. B.

Retour aux sources

Mérignac (33) Aux portes de Bordeaux, Le Cellier de J.L a poussé les cartons de vins pour y glisser quelques tables. Sans publicité, le restaurant, ouvert uniquement le midi, a trouvé la bonne formule.

Le caviste se fait restaurateur

C'est une reconversion et un retour aux sources. "J'ai grandi dans le restaurant de mes grands-parents, dans le vieux Bordeaux. Après une carrière de technico-commercial dans le secteur du bâtiment, j'ai eu l'opportunité, en 2011, de reprendre cette cave à Mérignac. Le lieu n'était pas brillant, mais j'ai mesuré le potentiel. La clientèle existait, tout comme un parking et une terrasse où je peux glisser 10 couverts, ainsi que 24 autres à l'intérieur." Étant donné son passé, le quinquagénaire **Jean-Luc Dedieu** a tout de suite songé à placer quelques



Au Cellier de J.L, il n'y a pas que le patron **Jean-Luc Dedieu** (à gauche) qui soit épaté par la cuisine du chef **Émilie Ravel** (à droite).

tables au milieu des murs tapissés de flacons. Objectif accompli en septembre, avec le recrutement d'**Émilie Ravel**, 36 ans, venue du lycée hôtelier de Talence et quinze ans de métier derrière elle. Seule aux fourneaux, elle assure. Après d'une clientèle d'habitues, dont bon nombre de cadres supérieures et de patrons, les mijotés et les desserts font merveille, pot-au-feu, ragoût, daube, escargots à la bordelaise, financier en meringue... Un seul menu, frais et de saison, pour 20 €, avec deux entrées, un plat, un dessert, ou 15 € pour entrée et plat ou plat et dessert. "Mais rien n'est

figé, précise **Émilie Ravel**. Il y a toujours les grillades : carré de veau, bavette, côte d'agneau ou, pour les végétariens, un large choix de légumes." L'activité caviste (60 % du chiffre d'affaires avec notamment un choix de whiskies exceptionnel), permet, sans supplément, de choisir sa bouteille de vin sur les rayonnages, de la consommer sur table, et même de l'emporter s'il en reste quelques gouttes...

BRIGITTE DUCASSE

Le Cellier De J.L • 1 rue Louis David • 33700 Mérignac • Tél. : 05 56 55 09 38

“Retour aux fondamentaux”

Tous circuits confondus, la marque réinvestit la restauration via notamment un ambassadeur de choc, Thierry Marx.

Badoit, à table naturellement

Véronique Penchienati, directrice générale de Danone eaux France, et **Frédéric Guichard**, directeur marketing, ont présenté les nouvelles ambitions du groupe qui a bénéficié l'an dernier d'une croissance en valeur et volume de 5 % (CHD + GMS). Une reprise en main du marché qui s'appuie sur un "retour aux fondamentaux". Cette année, Badoit réinvestit la table, tous circuits confondus. Et si les animations vont bon train en GMS, celles-ci font référence à la restauration avec notamment la programmation de jeux concours permettant aux consommateurs de gagner des dîners au restaurant. Revendiquant son ancrage dans le patrimoine gastronomique français, l'eau de Saint-Galmier aura aussi pour ambassadeur en 2012 **Thierry Marx**, qui dirige aujourd'hui la restauration du Mandarin Oriental Paris. Celui-ci fut l'un des gagnants de la Bourse Evian-Badoit et confie garder un lien affectif avec la marque. "Passionné d'eaux minérales, j'aime jouer dans ma cuisine avec leurs singularités et la pureté de leur texture. Badoit symbolise le dynamisme et la modernité alors même qu'elle pétillait depuis plus de deux siècles, jaillissant du fond des âges et des entrailles de granit des Monts du Forez. Je suis séduit par son naturel. La joyeuse cavalcade de ses bulles, minuscules sphères dynamiques qui se télescopent en chuchotant, fait danser le quotidien et réveille les moindres ingrédients. Tout s'allège et s'enseille, comme une cuisine sans complexes entre tradition et innovation", témoigne le professionnel.

ENGAGÉE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

Créée en 1982, la Bourse Evian-Badoit a été relancée en 2009 sous l'appellation Bourse de la création



À gauche : Badoit verte, flacon prestige.
À droite : nouvel habillage prestige aussi pour Badoit rouge.

Badoit. Un engagement auprès des professionnels "présents et futurs" qui se traduit désormais par un appel à projet portant sur des concepts innovants de restauration. "Les lauréats voient leur projet financé à hauteur de 10 000 € et bénéficient d'un accompagnement dans sa réalisation".

Un prix spécial du public de l'Omnivore Food Festival, d'un montant de 7 500 €, vient compléter cette année ce trophée qui depuis l'an dernier intègre aussi un volet

DANONE EAUX FRANCE

Danone eaux France est en charge de la commercialisation et de la production des eaux evian, Badoit, La Salvetat et de la boisson Taillefine. Le pôle Eaux représente 15 % du chiffre d'affaires de Danone. Avec environ 3 milliards de bouteilles produites chaque année, Danone eaux France est le numéro 2 des eaux minérales naturelles. Badoit et evian revendiquent toutes les deux dans leur créneau la place de numéro 1 en valeur en restauration.

pour les étudiants de BTS qui doivent proposer, par équipe de trois, un canevas concret pour contribuer au développement de l'eau minérale naturelle dans le hors domicile, challenge organisé avec la complicité de l'école de Savignac (24).

SY.S.

En bref

Le café cocktail dans tous ses états avec Cafés Richard



Le guide 2012 des cafés cocktails, source de réussite !

Dans un guide pratique, le torréfacteur a réuni des dizaines de recettes chaudes et frappées 'testées et approuvées' qui permettent de proposer, au

fil des saisons, des boissons cocktails avec ou sans alcool à base de café mais aussi de chocolat. Il existe en français et en anglais. On doit ce travail à **Michael McCauley**, caféologue maison, et **Anthony Calvez** de l'Académie du Café Richard. "Ce guide évoque l'art du painting, du latte art ou la recette d'une mousse de lait réussie, les accessoires indispensables, assortis à de nombreux conseils

et astuces pour personnaliser les cafés cocktails au gré de la créativité de chacun, les variantes aromatisées et idées de décoration étant infinies", commente le torréfacteur. La sortie du guide est accompagnée d'animations qui présenteront ces nouvelles boissons aux consommateurs. Celles-ci seront emmenées par Anthony Calvez, qui est aussi double champion de France de barista.

En direct des Blogs des Experts



Droit de terrasse : où s'adresser pour récupérer l'autorisation ?

➤ Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot-clé **RTK0243** 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



WEDGEHOUSE DE MCCAIN, LA RENCONTRE D'UNE FRITE ET D'UN MAXI QUARTIER DE POMME DE TERRE

McCain propose avec Wedgehouse une alternative aux frites classiques. Les consommateurs cherchent des plats pour se faire plaisir et qui changent de ce qu'ils mangent au quotidien. Wedgehouse, c'est un long et fin quartier de pomme de terre qui a les caractéristiques d'une frite : une belle longueur pour de beaux volumes dans les assiettes ; la finesse de la coupe pour la croustillance ; des arêtes dorées après cuisson pour retrouver le visuel d'une frite. Le tout avec un aspect naturel exclusif : une coupe arrondie, qui rappelle la forme naturelle de la pomme de terre.

www.mccain-foodservice.fr



LE DÉLICE DE CAMEMBERT PRÉSIDENT PROFESSIONNEL

Président élargit sa gamme de fromages fondus et vient de lancer le Délice de Camembert. Fabriqué avec du camembert Président, il offre une texture onctueuse et est adapté aux attentes des convives à la recherche de goût authentique et consensuel. Délice de Camembert s'intègre parfaitement dans les menus : riche en calcium, en vitamine D et en protéines, il répond aux recommandations du GEMRCN. Spécialement adapté à la restauration collective, il intègre, avec Brebigrème et Société Crème, une gamme de fromages fondus permettant de diversifier les menus. Disponible en portions de 20 g.

www.president-professionnel.fr



ARC EN CIEL DE BRIDOR, DES VIENNOISERIES GOURMANDES ET COLORÉES

Arc en ciel de Bridor est une nouvelle gamme de 3 roulés sur une base de pâte à croissant, garnis généreusement de crème pâtissière naturellement aromatisée, puis enrichies de marquants apportant couleur, texture et saveur. Les 3 parfums sont : Thé vert matcha et cranberries ; Esprit citron de Menton (frangipane et agrumes confits) et Praliné et éclats de noisettes. Ces viennoiseries aux saveurs originales sont idéales pour apporter un souffle de nouveauté aux vitrines des boulangers-pâtisseries et pour surprendre une clientèle exigeante et raffinée.

Viennoiseries pur beurre prêtes à cuire, surgelées : 40 g.

www.bridordefrance.com

EDÉ RUY DEVIENT NUTRISSENS RESTAURATION

Depuis le 1^{er} janvier 2012, Edé Ruy est devenu Nutrisens Restauration, une façon de donner un nouveau souffle dans la vie de l'entreprise. Quatre-vingt-dix ans après la naissance de l'entreprise, Nutrisens Restauration s'engage à contribuer à l'éducation nutritionnelle et au goût, dans le respect de l'équilibre alimentaire.



Point primordial : la nutrition est placée au centre des préoccupations de la société. Cette ambition s'articule autour de 3 axes complémentaires : la santé, le terroir et les services.

Tél. : 04 72 90 88 88

contact@nutrisens-restauration.com

www.nutrisens-restauration.com

NOUVEAU LOOK POUR LE SITE INTERNET ECOTEL



Plus pratique, plus interactif et plus moderne, le site Ecotel est à redécouvrir. Il contient davantage de liens directs vers le site consacré au mobilier, mais simplifie aussi l'accès aux catalogues, aux contacts et facilite la prise de rendez-vous. Dorénavant, l'actualité prendra plus de place grâce notamment à la rubrique 'Nos Nouveautés'.

www.ecotel.fr

NOUVELLE BOUTIQUE MAUREL À PARIS



La nouvelle boutique Maurel au 38 rue Rennequin à Paris dans le XVII^e arrondissement, est à découvrir. Pour l'entreprise, l'essentiel repose sur le développement du style et de la qualité pour chaque uniforme. Sa force réside dans une collection qui regroupe l'ensemble des postes existants dans les hôtels et les restaurants. Elle répond ainsi aux besoins personnalisés de tous ses clients.

Sur rendez-vous contacter : Marlène Bieber
au 01 47 66 22 22.
gkmarlene@yahoo.fr
www.maurel.com

L'Hôtellerie Restauration

L'hebdo des C.H.R. • 3 €

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

Siège : 5 rue Antoine Bourdelle

75737 PARIS CEDEX 15

Tél. : 01 45 48 64 64

Fax : 01 45 48 04 23

journal@lhotellerie-restauration.fr

RESPONSABLES DE RUBRIQUE

WEBNEWS/RESTAURATION/FORMATION

Nadine Lemoine

E-mail : nlemoine@lhotellerie-restauration.fr

ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES/VINS/

LICENCE IV/CAFÉS

Sylvie Soubes

E-mail : ssoubes@lhotellerie-restauration.fr

SERVICE JURIDIQUE

Pascale Carbillet

E-mail : pcarbillet@lhotellerie-restauration.fr

VIDÉO

Cécile Charpentier

E-mail : ccharpentier@lhotellerie-restauration.fr

SECRÉTARIAT 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

IMPRESSON

Roto Centre - 45 770 Saran

Capital : 1 418 141,74 €

Principal actionnaire : Bureau de Presse



Presse PRO

La santé : une affaire de femmes !

COMITGO - Charlotte Pelissot - Crédit photos : Veer

Vous êtes salariée des HCR et, naturellement, vous êtes attentive à votre santé et plus encore à celle de votre famille. Efficacité de la prise en charge, rapidité des remboursements : les garanties du régime complémentaire HCR Santé vous permettent de mieux préserver votre santé et d'assurer la protection de votre famille à moindre coût. Pour plus d'informations sur le régime frais de santé, les garanties conventionnelles et complémentaires, rendez-vous sur www.hcrsante.fr



Du 8 mars au 31 août 2012, HCR Santé fête toutes les femmes. Participez à notre grand concours «Portraits de Femmes HCR», sur notre page Facebook HCR Santé. À gagner tous les mois un forfait beauté et soins.*

INFORMATIONS SALARIÉS ASSURÉS

N°Azur 0 811 460 665

PRIX APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

DOM : 02 54 88 38 12

Ile de la Réunion : 02 62 900 100
Autres DOM : 01 30 44 54 17

INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LE RÉGIME

N°Vert 0 800 427 001

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE
DU LUNDI AU VENDREDI DE 9H À 18H

* Forfait beauté et soins, selon descriptif disponible sur www.hcrsante.fr et Facebook HCR Santé.