

Vérifiez
que votre
piscine est
aux normes

Rencontre avec
Hubert Joly,
président du
groupe Carlson

Laurent Caraux
(SNRTC)
anticipe la sortie
de crise

Rendez-vous au
Salon LHR. Emploi
au Centquatre
104 rue
d'Aubervilliers

L'Hôtellerie Restauration

15 mars 2012
N° 3281

ANNONCES
CLASSÉES
P. 14

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

TRAVAIL TEMPORAIRE

Adaptel
Interim, hôtellerie - restauration



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

Agence de Paris Nord
40, rue de Chabrol - 75011 Paris - Tél : 01 48 24 58 58 - Fax : 01 48 24 10 68

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

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

www.adaptel.fr

À la Maison de la Mutualité à Paris pp. 2-3

Omnivore World Tour 2012 : un festival qui décoiffe

David Toutain (Agapé Substance, Paris VI^e)
et Sébastien Demorand.

De nombreux chefs se sont donné rendez-vous du 11 au 13 mars pour le festival Omnivore avec la même volonté de montrer leur travail et de surprendre. Professionnels connus et reconnus côtoient des jeunes talents, et se succèdent sur différentes scènes. Le grand auditorium accueille des démonstrations 'salées', et deux autres espaces sont réservés au 'sucré'. Associations de produits ou nouvelles techniques, il y en a pour tous les goûts et l'enthousiasme est plus que perceptible avec une belle connivence entre la salle et les cuisiniers, parmi lesquels **Anne-Sophie Pic, Jean-François Piège, Alexandre Gauthier, Alexandre Bourdas, Thierry Marx, Christophe Adam, Alberto Herraiz...**



DÉVELOPPER SA COMMUNICATION GRÂCE AUX SITES DE PARTAGE DE PHOTOS

p. 39

Morne plaine

Décidément, la campagne pour l'élection présidentielle a du mal à fasciner les foules, les prétendants à la magistrature suprême ne faisant guère preuve d'une créativité débordante pour susciter l'enthousiasme populaire. Finalement, d'une élection à l'autre, le citoyen éprouve un sentiment de déjà vu qui n'incite guère à se passionner pour des débats convenus, des discours de circonstances, des épanchements trop savamment calculés pour être convaincants. Des fameux 'éléments de langage' fournis par des communicants qui sauraient mieux que les candidats ce qu'il faut dire aux électeurs, aux classiques des journalistes sur le montant du smic ou le prix du ticket de métro, quand ce n'est pas sur la morphologie des vaches laitières, rien de nouveau pour assurer un taux de participation digne d'une démocratie.

Sans exiger une liste complète d'intérêts catégoriels qui ne synthétisera jamais l'intérêt général, il serait temps que les principales préoccupations des Français sur l'avenir économique du pays, son développement scientifique et technologique, son implication à éduquer les jeunes en quête d'un avenir dégagé des sombres nuages du chômage, sa volonté d'assurer aux entreprises de toutes tailles leur capacité à créer les richesses indispensables à la nation, soient enfin placées au cœur du débat.

Sans mettre en cause la volonté des candidats à apporter leur vision du pays, il est frustrant de constater combien les sujets essentiels sont occultés au profit de 'coups' médiatiques savamment calculés - ah ! ces visites d'usines en péril qui retourneront à leur triste destin dès la fin de la campagne électorale -, de 'petites phrases' à double détente dont l'insignifiance régale les commentateurs de supputations qui n'intéressent qu'eux-mêmes, de promesses inconsidérées et de vaines polémiques sur des sujets inattendus comme le mode d'abattage des animaux de boucherie.

Oui, l'électeur s'ennuie, et affiche une dangereuse indifférence à l'égard d'une élection qui engage l'avenir du pays.

Incidemment, a-t-on entendu prononcer les mots 'entrepreneur', 'création de richesse', 'recrutement', 'profit' au cours de ces dernières semaines ? Des gros mots, sans doute.

L. H.

En bref

La Bretagne en deuil de Véronique Abadie

La gastronomie bretonne est en deuil depuis l'annonce du décès, le 8 mars, de Véronique Abadie. La propriétaire, avec son mari Jean-Paul, de l'Amphitryon à Lorient (56) nous a quittés à 51 ans. La peine est immense dans les restaurants de Bretagne et d'ailleurs, face au vide que laisse cette professionnelle hors du commun, reconnue directrice de salle de l'année 2008 par le guide *Gault&Millau*. Autodidacte,

Véronique a construit avec Jean-Paul Abadie une maison hors pair à Lorient, aujourd'hui doublement étoilée. Omniprésente dans le monde de la gastronomie bretonne, cette femme de caractère et d'une grande modernité n'a eu de cesse d'œuvrer à son rayonnement et à son unité.

L'Hôtellerie Restauration présente ses condoléances à son mari Jean-Paul Abadie, sa famille et ses proches.

Starbucks devrait doubler ses implantations en France

Starbucks, qui compte 67 salons de café en France et fête sa huitième année d'existence dans l'Hexagone, vient d'annoncer son déploiement dans les principales gares de la capitale et dans les aéroports. Une quinzaine de nouveaux points de vente sont prévus, développés sous licence avec Autogrill et SSP : aéroports d'Orly, Roissy et Marseille-Provence, centre commercial Confluence à Lyon, Saint-Quentin-en-Yvelines, La Défense...



La Dame de Pic à Paris

Anne-Sophie Pic, 3 étoiles Michelin à la Maison Pic à Valence, vient de dévoiler sur son blog le nom de son restaurant parisien de la rue du Louvre : la Dame de Pic à Paris. L'ouverture est prévue pour la mi-mai.



Grand

Démonstrations en série

Paris (V^e) Après Genève et avant Bruxelles, le festival culinaire a

Omnivore 2012 : un



David Toutain (Agape Substance à Paris) explore les mystères de la poire déshydratée.

Dans le grand auditorium, le salé ; dans deux autres salles, le sucré. Les démonstrations se succèdent. Il faut choisir : la pâte de Saint-Jacques écrasées crues, coagulée à la vapeur, découpée en fines lamelles, plongée dans l'huile bouillante (Chips de Saint-Jacques) de Jean-François Piège ou les créations de **Christophe Adam** en pâtisserie (Fleur d'amande au caramel, crème d'ivoire et d'Inde) ; le Riz moelleux de pigeon au chocolat d'**Alberto Herraiz** ou les huitres Gillardeau n° 3, fine gelée et crémeux de yaourt brassé à la réglisse d'Anne-Sophie Pic ; les Rognons blancs, corail de Saint-Jacques, persil, beurre de yuzu et crumble de pain suédois de **David Vicente Loyola** ou la déclinaison de poire de **David Toutain** (6 poires comice présentées à différents stades de déshydratation, jusqu'à 36 heures où la concentration du goût est intense). Le festival porte bien son nom.

Le plus beau compliment entendu sur la programmation 2012 d'Omnivore Paris est venue d'un professionnel :

'Je ne connais pas la moitié des chefs que vous avez invités !' On lui a répondu que c'était justement ça, *Omnivore*, explique **Luc Dubanchet**, patron d'un festival qui a pris une dimension mondiale avec des rendez-vous de Moscou à Los Angeles en passant par Shanghai. Toute l'année, il suit le travail de chefs innovants et déniche de nouveaux talents à travers le monde, et les présente lors des différentes éditions d'Omnivore, aussi bien sur la scène salée que sucrée (et chocolatée). **Anne-Sophie Pic, Jean-François Piège, Alexandre Gauthier, Alexandre Bourdas, Thierry Marx**, des chefs connus et reconnus



David Vicente Loyola et Svante Forstorp (Les deux Amis à Paris) avec Sébastien Demorand.

En dehors des 3 scènes principales, des démonstrations étaient aussi organisées sur les stands des partenaires de la manifestation. Par exemple, Châteaux et Hôtels Collection a formé 6 duos de chefs : **Stéphane Duchiron et Jean-François Bérard, Jemmy Brouet et Denny Imbroisi, Eric Jambon et Sébastien Sanjou, Sébastien Chambru et Cyril Laugier, Hervé Busset et Bernard Coloma, Philippe Hardy et Jean-Luc Tartarin**. Chaque binôme devait réaliser un plat imposé à base de pintade et de beurre, puis un plat libre. Sorte de petit défi, les deux chefs pouvaient cuisiner chacun son plat.



Flora Mikula (à nouveau chez elle dans quelques semaines à Paris) et Bruno Oger (La Villa Archange au Cannet).

côtoient des professionnels en passe de le devenir. Tous sont là avec la même volonté de montrer leur travail et de surprendre. Associations de produits ou nouvelles techniques, il y en a pour tous les goûts et l'enthousiasme est plus que perceptible avec une belle connivence entre la salle et les cuisiniers.



Dave de Belder (De Godevaart à Anvers) prépare son plat composé de jambon ibérique, Saint-Jacques, carottes et noisettes.

angle

investi la capitale. 55 chefs et pâtisseries ont fait le show et ça décoiffe.

enthousiasme partagé



Jean-François Piège (Thoumieux à Paris) et sa Saint-Jacques snackée en mangue, chips de Saint-Jacques et jardin suspendu de pousses et herbes.

D'autres comme Philippe Hardy et Jean-Luc Tartarin ont opté pour un partenariat et ont présenté leur pintade aux langoustines (blancs farcis) accompagnée en garniture de carottes, betteraves, navets, poireaux et asperges. Sur le stand Unilever, **Wout Bru** et **Bruno Oger** (Selle d'agneau cuisinée sept heures et asperges à l'amande douce, Dos de loup aux tomates, basilic et ail doux) ont fait le show.



Arnaud Duhem et **Sylvie Amar**, qui œuvrent pour revaloriser le service, avec **Éric Guérin** (La Mare aux Oiseaux à Saint-Joachim) en plein test de la serviette à 3 trous pour manger avec les mains sans que la sauce ne dégouline...

"DE LA CUISINE À LA SALLE... NOUS AVONS BESOIN DE VOUS"

La salle n'était pas oubliée. Omnivore se lance dans un nouveau combat : revaloriser le service et le rendre plus contemporain. Aussi, sur le stand des arts de la table, avec le concours de **Sylvie Amar**, qui dirige une agence de design spécialisée en restauration et **Arnaud Duhem**, Carpe Duhem Conseils, ex-directeur de la restauration du Shangri-La Paris, les visiteurs pouvaient découvrir les bases d'un manifeste qui comprend aujourd'hui 10 'commandements' : Décortique (goûte les plats pour mieux les partager), Vis la cuisine, Sois cartophile (la carte n'a plus de secret), Esprit d'équipe, File ton service, De grâce occupe l'espace !, Dispose d'une 'RAM' (regarde, analyse,



Jean-Luc Tartarin, du restaurant éponyme au Havre, **Gilles Choukroun**, MBC à Paris et **Philippe Hardy**, Le Mascaret à Blainville-sur-Mer.

mets en œuvre) suffisante, Sois naturel, Deviens conteur, Théâtralise ton service, Va, vis et deviens ("ton espace ne se limite pas à la salle de restaurant, surtout pas à celui que tu connais depuis trop longtemps"). Les professionnels sont invités à donner leur avis pour enrichir le manifeste.



Fabrice Biasiolo (Une Auberge en Gascogne à Astaffort).

Cuisine, pâtisserie, chocolaterie, métiers de salle, Omnivore veut être le reflet d'une "jeune cuisine qui avance très vite, marque son territoire et les esprits". En janvier 2013, Omnivore sera à Lyon, pendant le Sirha. Gageons que les professionnels feront l'aller-retour entre ces deux pôles de la cuisine.

NADINE LEMOINE

ALEXANDRE GAUTHIER REÇOIT LE PRIX OMNIVORE CRÉATEUR 2012

La 7^e édition du Carnet de route Omnivore vient de sortir. Il regroupe 150 adresses en France. "Nos coups de cœur de l'année", explique Luc Dubanchet qui commente ses choix.

PROPOS RECUEILLIS PAR NADINE LEMOINE



Alexandre Gauthier, La Grenouillère à Montreuil-sur-Mer (62).

*de sa nomination car c'est le chef qui bouge le plus, qui prend le plus de risques. Avec la création de sa maison, qui mêle, à l'image de sa cuisine, l'élégance et le côté brut, il a réussi quelque chose de très rare en France, que l'on retrouve chez **Bras, Marcon** ou **Passédat** : la symbiose d'une cuisine et d'un lieu."*

• Omnivore Révélation : **Guillaume Foucault**, L'Artémise à Uzès (30). "Un jeune chef, ancien de **Pascal Barbot**, qui travaille sur la pureté. Une belle découverte."

• Omnivore Nouveauté : **Pierre Giannetti**, Le Grain de sel à Marseille (1^{er}). "Il est prodigieux. Dans un lieu très attachant, il revisite des plats du Sud. Une cuisine populaire."

• Omnivore Technique : **Mathieu Viannay** à Lyon (1^{er}). "La cuisine de **Mathieu Viannay**, chef MOF, est d'une grande modernité, la tradition engagée, celle que j'aime. Ce prix est un coup de chapeau au patrimoine culinaire français technique."

• Omnivore Mövenpick plat créatif : **Sven Chartier**, Saturne à Paris (11^e). "C'est sa cuisine en général qui est récompensée, toujours d'une grande pertinence, vive et emballante. Un exemple ? Il m'a fait des petits anchois, salade d'herbes sauvages, jus vert et petites pommes de terre frites. Un plat simple et juste."

• Omnivore Master : **Jean-François Rouquette**, Pur, Hôtel Park Hyatt Vendôme à Paris (11^e). "Jean-François Rouquette est un maître en cuisine. On le connaît depuis dix ans. Il a une intelligence très vive. Il a trouvé son style très floral, d'une immense légèreté. Pur, le nom du restaurant, correspond bien à la cuisine toute en retenue dans le cadre du palace le plus épuré de la capitale."

• Omnivore Longévité : **André** et **Tommy Shan**, Au Bonheur du Palais à Bordeaux (33). "**Thierry Marx** nous a présenté les deux frères, André en cuisine et Tommy en salle. C'est pour nous le meilleur restaurant chinois de France. Il est ouvert depuis vingt ans et il est toujours très bon."

• Omnivore Maison : **Emmanuel Renaut**, Flocons de sel à Megève (74). "Il a créé un lieu à la fois ambitieux et simple, en osmose avec la montagne et avec Megève. Emmanuel Renaut est un vrai créatif, hyper attachant. Sa maison lui ressemble."

Bientôt un Carnet de route World

Le Carnet de route 2012 s'est recentré sur les adresses strictement hexagonales. La sélection Omnivore des meilleures adresses du monde sera connue en janvier 2013 avec la parution d'un guide spécifique dont le lancement est prévu dans le cadre du Sirha à Lyon.

Omnivore • Carnet 2012 • 22 € • www.omnivore.com



Retrouvez le festival Omnivore en vidéo avec le mot-clé **RTR719672** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-contre.

4 L'actualité

400 000 clients en 2011

Plus de 1 000 établissements ont participé à l'opération l'année dernière. Du lundi 17 au dimanche 23 septembre 2012, elle redémarre sur le principe d'un menu acheté = un menu offert, histoire d'attirer une nouvelle clientèle dans une atmosphère festive.



Tous au restaurant rempile pour une troisième édition

Pas de malentendu. "Tous au restaurant, c'est la fête annuelle de tous les restaurateurs, explique **Laurent Plantier** qui a initié cette manifestation avec **Alain Ducasse**, une opération marketing de séduction en direction des clients. Ce n'est ni une opération de discount ni des soldes ! Un menu acheté = un menu offert, c'est un geste généreux envers ses clients fidèles que l'on remercie et ceux qui peuvent le devenir. Du bistrot au restaurant traditionnel, contemporain ou gastronomique, tous les établissements peuvent participer. C'est une semaine pour faire découvrir votre restaurant !"

Du lundi 17 au dimanche 23 septembre, semaine incluant au passage la Fête de la gastronomie, les restaurateurs montent un menu spécial estampillé Tous au restaurant (entrée + plat + dessert) - qui ne comprend pas les vins - et en déterminent le prix. En parallèle, ils conservent leur



Laurent Plantier : "Une semaine pour faire découvrir votre restaurant."

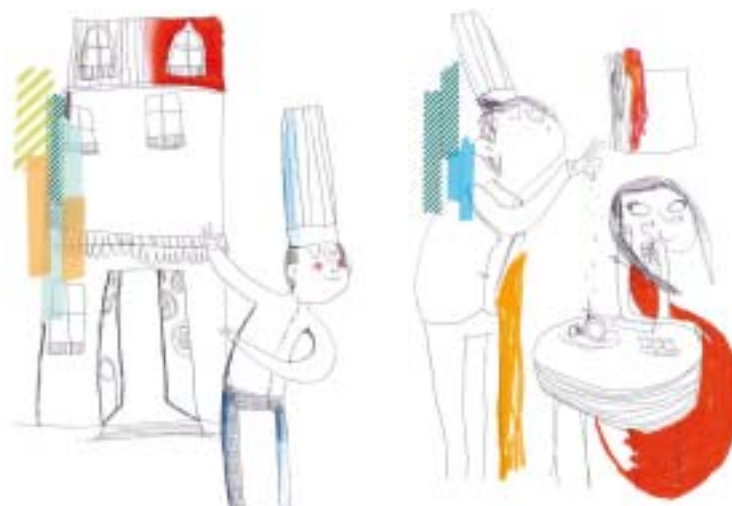
carte habituelle. Les deux premières éditions ont permis de constater que si les clients franchissent la porte attirés par l'offre (un menu offert), ils pouvaient finalement opter pour des plats de la carte et, souvent, qu'ils se faisaient plaisir en prenant un vin plus cher. Pour Laurent Plantier, ces constats démontrent que le but est atteint puisque les clients vivent ces repas comme des moments festifs. "On doit leur donner envie de revenir. Faire plaisir, c'est bien, mais il faut fidéliser."

Tous au restaurant a attiré plus de 400 000 clients en 2011. 83 % des restaurateurs participants ont connu une hausse de fréquentation (questionnaire de satisfaction Tous au restaurant 2011). "Cette semaine crée un engouement pour le restaurant. Certains enchaînent les repas et quand tu commences à aller au restaurant, tu continues", souligne Laurent Plantier. Les restaurants intéressés peuvent s'inscrire sur le site www.tousaurestaurant.com à

partir du 15 mars. Ce site est la vitrine de l'opération. Les clients y trouveront les fiches descriptives des établissements et pourront effectuer leur réservation en ligne pour les tables qui auront préféré cette solution. "Il vaut mieux choisir la réservation en ligne, conseille Laurent Plantier, car certains ont été très gênés par les appels incessants des clients alors qu'ils étaient déjà complets." L'inscription comprend l'adhésion à la charte de Tous au restaurant et un coût : 80 €

HT pour toute inscription avant le 15 avril 2012, 85 € HT pour toute inscription entre le 16 avril et le 31 mai 2012 et 100 € HT passé ce délai. En contrepartie, le restaurateur reçoit un kit de communication (livret d'adresses par région, affiche et outils de communication sur le lieu de vente) ainsi que des offres promotionnelles exclusives de la part des partenaires de l'opération. Tous au restaurant va bénéficier à nouveau d'un plan de communication national et régional (presse, TV, radio, affichage). Sept conférences de presse sont prévues : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Paris, Rennes et Strasbourg afin de relayer au mieux l'information auprès des clients. Cette troisième édition inscrit l'opération dans la durée, à l'image de la Restaurant Week de New York. En 2012, les restaurateurs new-yorkais célèbreront son 20^e anniversaire.

NADINE LEMOINE



Innovation

Les décideurs et leaders d'opinion de la restauration hors foyer se retrouveront, le 28 janvier 2013, pour réfléchir à une meilleure restauration pour une vie meilleure, dans le cadre du premier Sirha World Cuisine Summit.

Le Sirha World Cuisine Summit aura lieu à Lyon

Tous les deux ans, le Sirha attire à Lyon de très nombreux professionnels (plus de 160 000 en 2011) qui souhaitent découvrir les nouvelles tendances, les nouveaux produits et équipements - 2 200 exposants étaient présents en 2011 - et suivre les grands concours, dont le fameux Bocuse d'or. En 2013, le salon prend pied également en centre-ville avec le Sirha World Cuisine Summit, qui se tiendra le 28 janvier 2013 à la Cité du centre de congrès de Lyon. Pour **Marie-Odile Fondeur**, directeur général du Sirha, "cette nouvelle manifestation, sous l'impulsion de **Paul Bocuse** et **Olivier Gïnon**, avec le soutien du ministère de l'Agriculture et du Collège culinaire de France, va permettre d'anticiper les nouvelles tendances de toutes les restaurations".

L'idée est de rassembler les plus grands acteurs internationaux du secteur, toutes cuisines et tous types d'établissements confondus, pour réfléchir sur le thème : une meilleure restauration pour une vie meilleure. Cela soulève des questions variées : quelle est la réalité des nouvelles cultures alimentaires mondiales ? Comment la restauration hors foyer peut-elle devenir acteur du mieux manger ? Qui sont les nouveaux leaders d'opinion, les nouveaux gourous,

quelles sont les nouvelles capitales de la cuisine ? L'alimentation-santé représente-t-elle le futur de la gastronomie ? La gastronomie française n'est-elle pas dépassée ?

ANTICIPER LES TENDANCES

Frédéric Loeb, délégué général du Sirha World Cuisine Summit, souhaite que ce 'Davos de la cuisine' devienne une "force de proposition pour faire des restaurants des acteurs, ambassadeurs et promoteurs, de vie meilleure". Les objectifs sont identifiés : percevoir et estimer l'évolution, la nature et la qualité des ressources alimentaires futures à disposition des restaurants, rétablir la vérité sur le 'bon' et le 'mauvais' pour la santé durable des humains et de la planète, comprendre l'évolution des comportements des clients, leurs attentes futures vis-à-vis d'une meilleure restauration et anticiper les tendances mondiales. Le Sirha World Cuisine Summit reste ancré dans le principe de réalité en cherchant des modèles d'affaires équilibrant les attentes de plaisir, l'équilibre alimentaire, l'environnement avec une dimension locale et globale. Il est aussi question de proposer des outils concrets pour faire des restaurants les acteurs d'une vie meilleure.



Frédéric Loeb, délégué général du Sirha World Cuisine Summit et **Marie-Odile Fondeur**, directeur général du Sirha, dévoilent les objectifs du laboratoire de recherche sur la restauration, lors du festival Omnivore à Paris.

Pour répondre à toutes ces questions : des témoignages recueillis à travers le monde, des études et recherches lancées dans 10 pays (plus de 1 000 experts interrogés) et la création d'une académie en ligne destinée à enrichir la réflexion avant même la manifestation et qui perdurera après. Le laboratoire de recherche sur les courants et les évolutions de la restauration pour une vie meilleure est lancé.

N. L.

“Recréer le lien entre la fédération et ses affiliés”

Kirrwiller (67) Baptisé ‘Logis Cap 2014’, ce plan a été présenté aux 600 membres venus assister au congrès annuel du 12 mars dernier. Il s’appuie sur une campagne de communication et sur la fidélisation des clients.

Les Logis dévoilent un programme dynamique et ambitieux

Nous devons faire des Logis la marque de référence incontournable de l'hôtellerie-restauration indépendante en Europe, celle qui valorise notre savoir-faire”, a lancé le président **Thierry Amirault**, en ouverture du congrès de la Fédération internationale des Logis (FIL), lundi 12 mars, au Royal Palace de Kirrwiller (67). Une note positive pour les 600 membres qui ont fait le déplacement en Alsace. Présente à ce jour dans 8 pays, la chaîne a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 64,6 M€ en 2011, soit + 7 % par rapport à 2010, et s'affiche comme le premier réseau volontaire en Europe avec 2 600 hôtels et 51 000 chambres. Le programme ‘Logis Cap 2014’, présenté lors du congrès, compte 3 objectifs à mettre en place d’ici à trois ans dans les établissements membres. Tout d’abord, ce plan veut “placer l’hôtelier au cœur de la marque”. “Avec la création d’une brigade de conseillers, nous souhaitons recréer le lien entre



Thierry Amirault veut faire des Logis “la marque de référence incontournable de l’hôtellerie indépendante en Europe”.

la FIL et ses affiliés : une équipe composée de 4 sédentaires et de 4 personnes de terrain seront à votre écoute, dans le but d’être voutés et efficaces”, explique **Krystel Blondeau**, directrice générale de la FIL, aux adhérents. **Marie-Lou Lopez**, directrice commerciale des Logis, ajoute : “Nous souhaitons augmenter le chiffre d'affaires

sur le segment grand public en développant le nombre de visiteurs uniques sur le site - 5 millions en 2011, soit + 16,16 % par rapport à 2010. [Il faut que le site] soit en tête sur Google, par exemple, en proposant des produits week-ends et séjours. Notre but est également d’optimiser le produit Logis dans la centrale, avec plus de photos et de descriptifs, donc plus de proximité avec les hôteliers pour plus de ventes.”

LANCEMENT D'UN PLAN DE FIDÉLISATION

Deuxième objectif : “accroître la compétitivité des Logis” en renforçant sa notoriété et son image. La marque a opté pour une campagne télévisée - du 11 mars au 7 avril -, et un concept - PlaisiroLogis -, et un slogan : “Logis, vous n’êtes pas au bout de vos plaisirs”. Les vidéos sont visibles sur le site www.logistv.com. Cette campagne média a nécessité 700 000 € de budget, soit une cotisation de

13,50 € par chambre et par adhérent. “En 2013, nous allons augmenter la contribution à 17 € pour atteindre 1 M€ de budget de communication, et revenir à 13,50 € en 2014, puisque de nouveaux membres seront arrivés d’ici là”, ajoute **Krystel Blondeau**. Un nouveau programme de fidélisation sera, en outre, lancé début 2013. Il tient compte de l’implantation européenne du réseau et sera destiné à la clientèle affaires et loisirs. Une carte magnétique sera remise aux clients, qui accumuleront des points en fonction de leurs dépenses “aussi bien pour l’hébergement que la restauration”, explique



Marie-Xavière Hocquemiller, responsable marketing et communication des Logis. “Ces points seront ensuite transformés en chèques-cadeaux.

Le test pilote aura lieu du 1^{er} au 15 septembre dans les 5 départements de la région Pays-de-la-Loire. Dès octobre, on lancera la formation du parc en

France, pris en charge à 100 % par le Fafih, pour un grand démarrage le 1^{er} janvier 2013.”

Les outils commerciaux ont, eux, été récemment modernisés : un Guide 2012 plus international, une page Facebook tenue par un Community Manager, des applications développées pour tablettes tactiles et smartphones, et enfin, la géolocalisation disponible sur le site des Logis.

Troisième et dernier objectif : “intensifier le développement du réseau en France et à l’étranger”, soit doubler la présence en Espagne (avec 70 établissements) et en Italie (50) pour fin 2014 ; cibler l’Allemagne avec pour objectifs 21 hôtels fin 2013, et 37 fin 2014.

Un congrès riche en projets, puisque le réseau passerait ainsi de 2 621 hôtels fin 2012 à 2 802 hôtels à la fin du programme Logis Cap 2014. La prochaine assemblée générale aura lieu le 15 mai prochain dans les Salons de l’Aveyron à Paris (XII^e). **HÉLÈNE BINET**

“50 % franchise et 50 % management”

Le groupe affirme avoir, de toutes les chaînes hôtelières mondiales, le développement le plus rapide. Depuis 2007, Hilton a augmenté son portefeuille de 29 %, et en 2011, ouvert 320 hôtels (29 400 chambres).

Hilton, plus rapide que les autres

Hilton est aujourd’hui le groupe qui se développe le plus rapidement au monde, mais uniquement en asset light, “à 50 % franchise et 50 % management”, déclare **Jules Kerby**, directeur de la communication du groupe. En Europe, le parc comprend 225 hôtels, un portefeuille qui a quasiment doublé en deux ans. Hilton prévoit 117 ouvertures supplémentaires d’ici à 2014 avec 20 000 chambres. Ces ouvertures sont en priorité localisées en Russie (27 prévues dont 5 à 10 en 2012), au Royaume-Uni (18), en Turquie (15) et en Pologne (13). En revanche, Hilton avance lentement en France, où le groupe possède deux établissements - le Hilton Paris La Défense et le Hilton Paris Orly - et gère 6 hôtels



dont le fameux Waldorf Astoria.

SUR MESURE EN CHINE

En 2012, le groupe Hilton cherche à mieux capter la venue du client en ouvrant des hôtels en double marques. C’est le cas en Allemagne, à Francfort sous les deux enseignes Hilton et Hampton, ou au Royaume-Uni à Saint George’s Park. Enfin, la Chine devient un autre axe fort de développement pour le groupe. Hilton propose dorénavant à sa clientèle chinoise le Hilton Huanying (‘bienvenue’ dans la langue de Lao-Tseu), une série de services ‘sur mesure’. Mi-2012, 30 % des hôtels de l’empire du Milieu devraient offrir ce service.

ÉVELYNE DE BAST

Une agence de notation pas comme les autres

Toulouse (31) Le guide 2012, édité à 50 000 exemplaires, comprend 160 nouveaux chefs et une première sélection de 54 bistrotts gourmands.

Tables & Auberges de France : du nouveau dans le guide 2012

On s’ouvre aux bistrotts qui offrent une cuisine gourmande, authentique, française, d’un bon rapport qualité-prix et réalisée par des professionnels”, affirme **Jean Lanau**, le président-fondateur de l’association Tables & Auberges de France.

LES 3 A

Parmi les 160 nouveaux venus, il y a 13 Tables de Prestige, la plus haute distinction dans le guide. “Table de Prestige ne signifie pas élitisme mais qualité et sérieux. Le guide inclut toutes les formes de restauration à partir du moment où elles sont de qualité”, ajoute **Jean Lanau**. Les chefs sont sélectionnés après un audit mystère autour de 3 critères appelés les 3 A : accueil (professionnalisme de l’exploitant), assiette (qualité des produits), aménagements soignés (qualification des équipes, hygiène et sécurité alimentaire).

“On a créé ces critères il y a trois ans selon le principe des agences de notation. Mais à Tables & Auberges, personne n’a perdu de A”, souligne le président de l’association créée voilà seize ans à Toulouse. Les professionnels sont répartis en Table de prestige, Table gastronomique, Table de terroir et Bistrot gourmand. Le guide 2012 référence 1 037 établissements (478 restaurants et 559 hôtels-restaurants). Tables & Auberges de France se décline aussi en guides thématiques téléchargeables sur tables-auberges.com.

BERNARD DEGIOANNI

WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



Retrouvez la liste des 13 nouvelles Tables prestige en tapant le mot-clé **RTR419699** dans le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

“Consolider l’homogénéité de nos marques”

Carlson et Rezidor - dont Carlson est l'actionnaire majoritaire - sont désormais connus sous un seul et même nom, Carlson Rezidor Hotel Group. Hubert Joly, président du groupe Carlson, et également président du conseil d'administration de Rezidor, dévoile le programme Ambition 2015 du groupe hôtelier. **PROPOS RECUEILLIS PAR ÉVELYNE DE BAST**

Hubert Joly, président de Carlson, vante le bilan de la “collaboration renforcée” avec Rezidor



“En 2011, nous avons accentué le développement de la marque Radisson Blu avec pour objectif qu'elle devienne ‘mondiale, design et chic’”, rappelle **Hubert Joly**, président de Carlson.

L'Hôtellerie Restauration : Comment s'est passée l'année 2011 pour le groupe Carlson ?

Hubert Joly : Nous avons enregistré de très belles performances. Le groupe, au travers de ses trois activités - hôtellerie, restauration et voyages - réalise + 13 % de croissance. Dans le détail, les chiffres sont de + 15 % pour Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader mondial de la gestion des voyages, et + 12 % pour l'activité hôtelière. C'est donc une très bonne année pour nous, d'autant que nous avons ajouté à notre portefeuille plus de 80 nouveaux hôtels, soit 16 000 chambres.

En 2011, nous avons accentué le développement de la marque Radisson Blu avec pour objectif qu'elle devienne ‘mondiale, design et chic’. Le parc des Radisson Blu représente 228 hôtels, auxquels s'ajoutent 32 hôtels en projet dont 10 dans la zone Asie-Pacifique, 2 en Amérique du Nord - où nous possédons 120 hôtels Radisson -, et 19 dans la zone Europe Moyen-Orient. Notre programme de rénovation des hôtels Radisson aux États-Unis a bien avancé. Fin 2011, 25 % du parc était rénové, et 50 % le sera fin 2012. Depuis le lancement du programme, nous avons engagé plus

de 600 M\$ [environ 457 M€, NDLR] sur le milliard prévu. Récemment, nous avons eu la satisfaction de voir les hôtels Radisson Edwardian, en Angleterre, passer sous l'enseigne Radisson Blu. En outre, nous avons renforcé nos équipes marketing et ventes entre Carlson et Rezidor. Quant à notre programme de fidélité Club Carlson, qui représente 8 millions de membres, soit une augmentation de plus de 60 % depuis 2009, il est aussi l'un des plus performants avec un rapport de 45 membres par chambre.

Vos résultats sont en effet très bons. Pourtant, Rezidor affiche une rentabilité négative, au point que l'assemblée générale a à nouveau, puisque c'était déjà le cas en 2010, décidé de ne pas redistribuer des dividendes aux actionnaires.

Vous avez raison. C'est pour cela qu'au mois de décembre Rezidor a lancé le plan Route 2015. Celui-ci a pour objectif de gagner 6 à 8 points de rentabilité d'ici à 2015. Il s'appuie sur un ensemble d'initiatives portant à la fois sur le chiffre d'affaires, le développement, les coûts et la gestion des actifs. **Kurt Ritter** [le p.-d.g. de Rezidor, NDLR] et son équipe se sont attelés à mettre en œuvre ce programme.

L'année 2012 ne s'annonce pas très favorable à la clientèle d'affaires. Qu'en pensez-vous ?

Je constate que, contrairement à 2008, les entreprises n'ont pas paniqué et n'ont restreint ni leur budget publicité, ni leurs déplacements. Parallèlement, dans les pays émergents, le pouvoir d'achat des consommateurs augmente. Avec la hausse du niveau de vie, nous assistons à une augmentation des voyageurs internationaux, ce qui profite à nos hôtels. Bien sûr, les résultats sont différents d'une région à l'autre. Globalement, depuis le début de l'année, nous sommes plutôt satisfaits de nos résultats. Aux États-Unis, le marché enregistre une hausse de 8 % sur les



deux premiers mois, et la progression est de 3 à 4 % en Europe.

Il y a deux mois, a été annoncé le lancement du Carlson Rezidor Hotel Group. Quels résultats en attendez-vous ?

Quand nous l'avons proposée, cette opération est apparue comme une telle évidence que nous nous sommes demandé pour quelles raisons nous ne l'avions pas réalisée plus tôt. Cette collaboration renforcée va nous permettre de consolider l'homogénéité de nos marques au plan mondial et d'accélérer le développement du chiffre d'affaires de nos hôtels à travers des synergies marketing et commerciales, dans le domaine des ventes sur internet, de notre programme de fidélité, du développement des ventes à partir des pays émergents...

Cela va certainement vous permettre d'accélérer un développement dont vous avez annoncé que 70 % du portefeuille se trouvait dans les pays émergents. Est-ce exact ?

En effet, la plupart de nos hôtels en développement se trouvent en Inde, en Europe de l'Est, en Afrique, et en Chine. En parallèle, nous allons lancer une nouvelle génération d'hôtels Park Inn en Inde, en Chine et en Russie. Ces hôtels répondront en priorité aux besoins de la génération X et de la génération Y (de 25 à 35 ans). Enfin, nous allons aussi innover dans le ‘food and beverage’. Si 2011 a été l'année de Radisson Blu avec le lancement de cette marque en Amérique du Nord et en Asie, l'année 2012 pourrait être l'année de Park Inn By Radisson.

Retrouvez Carlson Rezidor Hotels Group en chiffres en tapant le mot-clé **RTR519650** dans le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

En bref

Frédéric Lefebvre rend hommage aux femmes chez Hélène Darroze

À l'occasion de la Journée de la femme, le 8 mars dernier, le secrétaire d'État au Tourisme, au Commerce, à l'Artisanat, aux Professions libérales et aux PME, **Frédéric Lefebvre**, a souhaité rendre hommage à des femmes dirigeantes au cours d'un déjeuner chez **Hélène Darroze**. Aux côtés du ministre et de la chef étoilée *Michelin* : **Catherine Pavie**, Meilleure femme chef d'entreprise de France, **Béatrice Saint-Laurent**, galeriste, **Edwige Pasquier**, directrice générale de Gallimard Jeunesse, **Sylvie Forbin**, directrice des affaires institutionnelles et européennes de Vivendi, **Iris Knobloch**, présidente de Warner France, **Nathalie Bouquet**, avocate, **Canel Frichet**, directrice générale de Winamax, **Caroline Renoux**, fondatrice de Birdeo, **Sylvianne Villaudière**, présidente du cabinet Alliantis, et **Valérie Maltaverne**, galeriste de design.



Dans les cuisines d'**Hélène Darroze** (en blanc), **Frédéric Lefebvre** a rendu hommage à des personnalités féminines de l'entrepreneuriat à l'occasion de la Journée de la femme.

L'heure est à l'optimisme

Berlin (Allemagne) 1 700 décideurs étaient présents au forum international de l'investissement hôtelier, rendez-vous annuel incontournable qui donne le pouls de l'activité mondiale du secteur.

Les présidents des grandes chaînes hôtelières se remontent le moral à Berlin

À l'ouverture du forum international de l'investissement hôtelier qui s'est tenu à Berlin, la conférence de l'économiste **Daniel Thorniley** ne laissait guère de place à l'optimisme quant à la conjoncture mondiale : possible ralentissement de la croissance chinoise, avec des conséquences dramatiques sur l'ensemble de l'économie mondiale, sombres perspectives au Moyen-Orient, inquiétudes à propos de l'Iran et de la menace d'une guerre que fait peser son programme nucléaire. Sans oublier l'angoisse en Europe face au sort de la Grèce, dont la dette abyssale a entraîné toute la zone euro dans une spirale étourdissante. Bref, tout au long de ce discours inaugural, une tonalité nettement pessimiste faisait entendre son sinistre bourdon, parfois teinté d'un sens de l'humour tout britannique.

En revanche, c'est dans un climat nettement moins orageux que s'est tenue la traditionnelle table ronde des présidents des principaux groupes hôteliers.

À rebours des propos précédents, l'heure est à l'optimisme et au volontarisme. Tous ont rappelé que 2011 avait été une bonne année, et que 2012 semblait s'inscrire dans une dynamique proche.

Optimisme, oui, naïveté, non. Les intervenants interrogés restent lucides : *"L'augmentation du chômage, le ralentissement de la croissance, le fossé qui se creuse entre les gens aisés et les autres, sont*



Richard Solomon, p.-d.g. d'IHG.



Denis Hennequin, p.-d.g. du groupe Accor.



Frits van Paasschen, p.-d.g. de Starwood Hotels & Resorts.

une réalité", a rappelé **Hubert Joly**, p.-d.g. du groupe Carlson. Parallèlement, a-t-il néanmoins relevé, entraînant une progression importante du nombre de voyageurs. À cette clientèle loisirs en pleine croissance s'ajoute, comme l'ont clamé de concert l'ensemble des décideurs présents, une clientèle affaires qui gagne du terrain. Voilà autant de facteurs qui expliquent les résultats tout à fait satisfaisants en 2011 d'IHG, de Carlson Rezidor, d'Accor, de Choice ou de Starwood.

"PENSER LOCAL"

L'augmentation du nombre de voyageurs, notamment dans les pays émergents, a contraint les hôteliers à revoir leur stratégie. Un phénomène particulièrement prégnant en Chine, qui a vu son marché domestique croître à vitesse grand 'V'. Alors, si certains groupes ont décidé de 'délocaliser' des dirigeants sur place pour mieux cerner le marché, d'autres, comme Accor, ont choisi de créer une marque totalement dédiée au marché domestique, à l'instar de Grand Mercure. Cet hôtel haut de gamme, déclinaison de la marque

Mercure, est revu et corrigé 'à la mode chinoise'. *"Il nous faut désormais penser local et non international"*, tranche **Denis Hennequin**, p.-d.g. du groupe. Une réflexion qui n'est pas sans conséquence quand on sait que 45 % du pipeline se trouve en Asie-Pacifique. Chez Carlson, 70 % du portefeuille se trouve dans des pays émergents.

Mais l'évolution du comportement des voyageurs pousse aussi les entreprises à innover. C'est ce que devait rappeler **Frits van Paasschen**, président de Starwood Hotels & Resorts : *"Le numérique est en train de bouleverser le monde, déclare-t-il. Depuis les classes moyennes jusqu'aux couches les plus élevées de la population, tout le monde est connecté."*

"VALEURS SÛRES"

Alors pour s'adapter, les groupes renforcent leurs marques voire en développent d'autres. Choice cherche surtout à aller vers une meilleure qualité des marques. *"Les clients se réfugient dans des valeurs sûres, même sur du low-cost"*, précisait **Steve Joyce**, président de Choice. Quant à **Richard Solomons**, du groupe IHG, sa stratégie consiste non seulement à monter en gamme, en faisant sortir du réseau les hôtels non conformes mais aussi à miser sur de nouvelles marques plus tendances. Ainsi, après avoir lancé Indigo, qui peine encore à s'ancrer dans le paysage hexagonal, le groupe lance la marque Even, *"entièrement dédiée au bien-être"*, a précisé le p.-d.g. d'IHG, *"car nous sommes convaincus que nous sommes sur une tendance lourde, et que même une marque milieu de gamme peut offrir des services bien-être"*. Quant au groupe Accor, la stratégie va avant tout consister en 2012 à donner plus de visibilité aux marques. **ÉVELYNE DE BAST**

Consensus chez les professionnels Les nuits lyonnaises broient du noir

La formule qui circule s'avère brutale : *"Avis de décès"* annoncé pour les nuits lyonnaises. Elle est destinée à faire réagir, et cela fonctionne. Le slogan se propage sur Facebook et Twitter depuis que l'association Sauvez la nuit l'a mis en ligne fin février. Les internautes ne veulent pas croire à un ralentissement de l'activité nocturne lyonnaise. Les professionnels non plus, car les conséquences économiques et sociales seraient brutales.

"Si cet arrêté passe, je peux mettre la clef sous la porte", affirmait **Johann Serfaty**, propriétaire du restaurant à ambiance musicale La Fée verte. Le vice-président de l'Umih 69, membre de l'association Sauvez la nuit et également patron de discothèque **Pierre Chambon**, regrettait cette situation, évoquait les avancées depuis deux ans avec le préfet **Jacques Géraud**, puis le préfet **Jean-François Carrenco**,



De g. à d. au premier plan : **Pierre Chambon**, **Bernard Fontanel** et **Laurent Duc**.

et les échanges ainsi paralysés. Il affirmait lors d'une conférence de presse à Lyon : *"Grâce à vous, nous voulons évoquer les dangers de fermer 95 % de la ville à 2 h 30 du matin."*

La presse lyonnaise était largement

nouvel élan à la mobilisation pour sauver les nuits lyonnaises. Ainsi que le soulignait Pierre Chambon, en attendant la décision qui devrait être prise sous une dizaine de jours, *"tout reste possible."*

SOPHIE SENTRY

L'association Sauvez la nuit a lancé un appel sur les réseaux sociaux contre les nouveaux horaires de fermeture des établissements. L'arrêté doit tomber dans les jours qui viennent.

TROIS QUESTIONS À BERNARD FONTANEL, PRÉSIDENT DU MEDEF LYON-RHÔNE

L'Hôtellerie Restauration : Pourquoi le Medef s'est-il associé à cette mise en alerte ?

Bernard Fontanel : Au-delà de l'activité économique que cela représente et que nous soutenons, nous voulons également soutenir l'activité qu'offre un service de nuit. Les participants à des congrès doivent pouvoir échanger dans des lieux qui le permettent.

Quelles seraient les conséquences économiques si l'arrêté passait ?

Il y aurait un problème d'emploi. **Laurent Duc** évoquait entre 200 et 400 emplois menacés. Le secteur est le troisième employeur du département, il y a un poids économique mais aussi un poids social qui est sous-estimé.

Et les conséquences sociales ?

En plus de mettre en difficulté une profession, pouvant conduire à la fermeture d'établissements, il y a aussi un problème d'image et de dynamique de la ville de Lyon, pour le tourisme d'affaire et le tourisme traditionnel. Lyon veut se positionner comme une ville internationale, on ne peut pas demander à des personnes qui viennent du monde entier d'aller se coucher à une heure du matin. Il faut trouver collectivement une solution.

Restauration

“Pour renouer avec la gastronomie”

Fayence (83) Après son escapade à Seillans pour Madame le chef, Hermance Carro retrouve la maison familiale. Elle se chargera désormais de la gestion de la salle et de la sommellerie.

Hermance Carro rentre au bercail

Le 10 mars, une page s'est tournée. Ce jour-là a été celui du dernier service au Relais de Seillans où, à quatre mains, **Hermance Carro** réalisait avec **Quentin**, le père de sa fille **Célestine**, une cuisine ayant justifié un Bib Gourmand dans le guide *Michelin*. L'affaire est désormais vendue et Hermance Carro va couvrir les quelques kilomètres la séparant de Fayence où elle retrouvera la maison de son enfance. Celle que **Marie-Claude** et **Alain**, ses parents, ont acquise en 1982 et transformée en restaurant - Le Castellaras - six ans plus tard. Celle où, grandissant dans cette atmosphère particulière, elle a découvert sa vocation confirmée par un passage dans les cuisines du Mas du Langoustier sur l'île de Porquerolles où **Michel Sarran** dirigeait la manœuvre. C'est là, en 1994 à l'âge de 17 ans, qu'elle a compris que sa vie se ferait au piano. *“Je suis tombée amoureuse du métier. J'ai aimé l'ambiance, la tension du coup de feu, le service et un chef magique qui a su me faire confiance. J'ai alors dit à mon père que je ne changerais plus d'avis”*, raconte-elle. Elle poursuit les échanges culinaires



Quentin, Alain et Hermance Carro.

entamés avec son père depuis juin 1989 et approfondit ses connaissances à travers ses passages chez **Michel Guérard** à Eugénie puis **Daniel Boulud** à New York. Durant l'été 2003, son père cherche un second : il embauche Quentin Joplet qui, deux

ans plus tard et après un passage chez **Michel Bras** à Laguiole, s'offrira le court voyage à Seillans pour vivre et travailler avec celle qui est devenue Madame le chef par la grâce d'une émission télévisée diffusée alors que le couple ouvrait son Relais.

Débutée le 1^{er} avril 2006, l'aventure se termine. *“La perte de l'étoile en 2010 a été difficile et je sens que mon père est arrivé au bout du challenge. Je suis ravie de retrouver mon ‘chez moi’ pour apporter un soulagement à mes parents et renouer avec la gastronomie”*, confie Hermance Carro.

“TRANSITION ET TRANSMISSION”

L'histoire se déclinera en deux temps au Castellaras qui rouvrira ses portes pour le week-end de Pâques avec Alain et Quentin en cuisine, Marie-Claude et Hermance en salle. À l'écouter, 2012 sera l'année de *“transition et de transmission”*. Puis, après quelques travaux programmés dès octobre, le restaurant rouvrira ses portes en février 2013 avec le jeune couple aux commandes. L'idée de chambres d'hôte fait son chemin avec la poursuite des cours de cuisine et, comment en douter, des envies de reconquête... étoilée.

JEAN-FRANÇOIS MESPLÈDE

Le Castellaras • 461 Chemin de Peymeyan • 83440 Fayence • Tél. : 04 94 76 13 80 • www.restaurant-castellaras.com

En bref

L'association des '19 Bonnes tables sarthoises' valorise ses produits locaux

Créée en 1969, l'association culinaire les 19 Bonnes tables sarthoises regroupe autant de restaurateurs de la Sarthe (72) dont l'objectif est de promouvoir les produits du terroir. *“Notre savoir-faire est un label reconnu dans la Sarthe. Nous organisons des opérations communes et nous nous réunissons une fois par mois pour définir les actions à mener : démonstrations culinaires à la Foire des 4 jours du Mans ; repas exceptionnels offerts aux plus démunis ; présence dans les lycées hôteliers ou CFA en tant que jurés pour les examens ; émissions radiophoniques et télévisées en partenariat avec France Bleu Maine et le CDT ; réalisation de menus pour les restaurants scolaires des collèves dans le cadre de la Semaine du goût”*, détaille le président de l'association Olivier Blais, restaurateur à l'Auberge du Rallye à Fillé-sur-Sarthe. H. B.

En juin prochain

Si après un passage chez Lassausaie à Chasselay, il a lié une bonne partie de sa carrière à Michel Troisgros, ce Bastiais autodidacte de 36 ans fait aujourd'hui le choix d'être son propre chef.

PROPOS RECUEILLIS PAR J.-F.M.

Lionel Beccat ouvre sa table à Tokyo

L'Hôtellerie Restauration : Deux étoiles au guide *Michelin* en 2008 au Hyatt Regency de Tokyo, et pourtant l'envie de changer d'air. Ce sera donc Esquisse dans quelques mois. Pourquoi ce nom et pourquoi Tokyo ?

Lionel Beccat : Derrière le nom Esquisse, il y a déjà pas mal de choses. En dessin, peinture ou en architecture, c'est une première forme. Le lien avec la cuisine, c'est qu'il n'y a pas d'œuvre définitive. L'esquisse induit quatre mots dont le cuisinier se nourrit chaque jour : inspiration, travail, doute et passion. J'aime l'archipel japonais, terre forte et fertile, peuplée de gens inventifs et



Lionel Beccat : “S'investir dans un projet à Tokyo est un véritable parcours du combattant mais c'est ce qui me plaît aussi.”

captivants. Aucun chef ne peut rêver de meilleure toile de fond pour s'exprimer. En ces temps où tout s'accélère, s'uniformise ou se dénature, il faut revenir à des actes essentiels, des gestes utiles et des plaisirs simples. S'investir dans un projet à Tokyo est un véritable parcours du combattant mais c'est aussi ce qui me plaît.

Qu'en sera-t-il de votre restaurant ?

Nous souhaitons offrir aux Tokyoïtes un endroit pur, simple et profond où ils pourront manger des plats réalisés avec maîtrise et sensibilité. Un lieu où la cuisine est en mouvement, où le service est accueillant,

humble et charmant. La simplicité sera le fil conducteur de nos créations : nos plats seront clairs, lisibles, évidents.

Quel sera le style de votre cuisine ?

Hormis quelques produits d'assaisonnement et d'autres spécifiques au terroir français, nos menus seront composés de produits japonais soigneusement sélectionnés. La cuisine sera solidement ancrée dans les techniques et le répertoire français, mais s'évadera aussi vers des pays qui m'ont marqué. L'émotion est le moteur de ma cuisine et nous servirons des assiettes franches, brutes et tournées autour d'un produit de qualité.

Du pain sur le piano

Strasbourg (67) À la tête des boulangeries Au Pain de mon grand-père dans la cité alsacienne, Patrick et Bruno Dinel ont inauguré un bistrot 'à la parisienne' en face de leur boulangerie historique de La Krutenau.

Les Dinel se lancent dans la restauration

Cela fait un moment que nous avions envie d'accueillir les gens autrement, d'avoir la possibilité de les recevoir à table, de nous en occuper différemment et plus longtemps", lance **Bruno Dinel**, à la tête avec son père **Patrick** des boulangeries Au Pain de mon grand-père. Le duo a franchi un cap, le 13 octobre dernier, en reprenant la pizzeria située en face de leur boulangerie historique de La Krutenau. La décoration, comme la carte, ont été imaginées dans l'esprit des bistrotis parisiens, avec des banquettes et chaises idoines, et une cuisine à l'ardoise qui fait la part belle aux plats d'antan (Terrine de queue de bœuf au foie gras, Paleron de bœuf cuit 72 heures, Crème tendre au chocolat et réduction d'oranges...).



L'ardoise du Bistrot du boulanger fait la part belle aux plats d'antan.

LE PAIN À L'HONNEUR

Au Bistrot du boulanger, le pain occupe évidemment une place de choix avec quatre variétés proposées dans de jolies corbeilles, une sélection de foccacias et tartines, mais aussi des viennoiseries au petit déjeuner et des pâtisseries à l'heure du goûter - le restaurant est ouvert non-stop de 7 h 30 à 22 heures. Pour le moment, tout le monde met la main à la pâte : Bruno, qui vient initialement de la sommellerie, a élaboré la carte des vins et se charge du service, et son père n'hésite pas à donner des coups de main en cuisine. "Les clients nous connaissent pour le pain mais il est important que nous soyons là pour leur faire découvrir notre nouvelle affaire", affirment le père et le fils qui

En chiffres

- **Nombre de places assises** : 60
- **Tarifs** : formule midi à 12 et 15 €, menu soir à 29 € ; carte 31-44 €.

Au piano, **Alexandre Nicola**, un ancien de l'écurie **Constant** au Crillon, a carte blanche. "C'est l'élément majeur qui manquait", assure Bruno.

SEMAINES À THÈMES

Une fois par mois environ, Bruno Dinel, qui fait partie de l'association Générations Cuisines et Cultures, a décidé d'inviter un chef-ami à cuisiner sa région au Bistrot du boulanger. **Romuald Royer**, chef étoilé du Lido à Propriano (20), a inauguré la formule fin février avec une semaine corse. Fin mars, ce sera au tour de **Sébastien Richard**, installé à Istres (13), de venir raconter derrière les fourneaux sa Provence à Strasbourg.

continuent à développer leur réseau de boulangeries, avec des ouvertures prévues cette année à Lyon, Strasbourg et Toulouse. **JULIE GERBET**

Le Bistrot du boulanger • 42 rue de Zurich • 67000 Strasbourg • Tél. : 03 88 37 95 95

Une cuisine du Sud

Bressieux (38) Le Bib Gourmand venu couronner neuf ans d'efforts est une belle récompense pour Christèle et Xavier Vanheule qui se sont installés en juillet 2003 dans cette petite commune au nord de l'Isère.

L'Auberge est royale

Xavier et **Christelle Vanheule** ont appris qu'un Bib avait été décerné à L'Auberge du château par un confrère des Tables gourmandes Rhône-Alpes, association à laquelle ils ont adhéré il y a deux ans. "Nous étions étonnés mais ravis", avance humblement Xavier Vanheule. Ce dernier croise Christelle en cuisine à la Bégude Saint-Pierre, dans le Gard. Pendant douze ans, ils travailleront pour ce bel établissement, lui comme chef, elle comme second. Arrive 2002. L'Auberge du château, proche du village d'origine de la jeune femme, est à vendre. Le cadre est magique. La table, appréciée pour ses têtes de veau et ses cuisses de grenouilles, domine la vallée et offre une vue imprenable jusqu'aux monts du Lyonnais. Ni la carte ni la décoration ne sont à leur goût, mais ils se lancent et imposent leur cuisine de saison aux couleurs du Sud.

OSMOSE

La sauce prend rapidement et le bouche à oreille fonctionne. Reste le décor, en total décalage avec la cuisine gourmande concoctée avec les produits des fermes environnantes. Avec deux amis, **Rémi James** (artiste peintre) et **Claire Jacquemet** (atelier de la Chartreuse), ils repensent l'espace restauration (30 couverts) pour offrir un volume



Christelle Vanheule, responsable de salle, a laissé le piano à son époux **Xavier**.

plus harmonieux et joliment coloré dans les tons vert absinthe, gris souris et lit de vin, clin d'œil à leur cave de 350 références. Coût de ce chantier mené en novembre 2010 : 50 000 €. "Nous avons maintenant un cadre en osmose avec notre cuisine, et la clientèle affaires s'est depuis largement développée. En novembre et décembre dernier, nous avons enregistré + 60 % d'activité", se félicite Christelle Vanheule, parfaite dans son rôle de responsable de salle.

NATHALIE RUFFIER

L'Auberge du château • 67 montée du Château • 38870 Bressieux • Tél. : 04 74 20 91 01 • www.aubergedebressieux.fr

Esprit de vacances

Relec-Kerhuon (29) Près de la préfecture du Finistère, le Café de la cale que tient **Nadine Guéganton** est un petit coin de paradis très apprécié.

Depuis le Café de la cale, le soleil se lève sur Brest

Pas facile à trouver, le Café de la cale ! Il se cache au bout de la rue de la Corniche, face à l'Elorn et au goulet de Brest, dans un endroit si tranquille que l'on peut y siroter un verre tout en jouissant d'une vue à couper le souffle sur les eaux mêlées du fleuve et de la mer, sans être importuné par le tumultueux fracas des voitures, pourtant si proches. C'est en 2007 que **Nadine Guéganton**, qui tenait à cette époque un bar à Brest, découvre sur internet ce café mis en vente en des lieux dont elle ignorait jusqu'à l'existence et pour lesquels elle a immédiatement le coup de foudre.

CLIENTÈLE CONVIVIALE

Un café mais aussi un restaurant le midi où le copieux plat du jour à 8,90 € est, dit-elle, "très apprécié des clients". Une salle de 32 couverts et de 2 terrasses

de 40 et 60 places à quelques mètres de la plage et du centre nautique. "Notre clientèle familiale est très conviviale et variée", souligne **Nadine Guéganton**. Ici tout le monde se connaît et se dit bonjour. C'est un bon mélange de jeunes, de moins jeunes et de retraités. Je n'ai aucun stress." Dès l'arrivée de beaux jours, une foule bigarrée de plagistes et d'amoureux des loisirs nautiques vient se presser sur la terrasse, pour y prendre un verre ou s'y sustenter. Un esprit de vacances, c'est d'ailleurs aussi pour cela que les habitués surnomment le Café de la cale 'Le petit Nice'.

JEAN-YVES TOURNELLEC

Le Café de la cale

• 53 rue de la Corniche
• 29235 Le Relecq-Kerhuon
• Tél. : 02 98 28 13 19



Nadine Guéganton sur la terrasse du Café de la cale surplombant l'Elorn.

Pizzas et plats de saison

Lavérune (34) Depuis l'été 2010, Delphine Richard et Christelle Fébra ont démarré leur camion itinérant de cuisine à emporter catégorie gourmet, 'Bio comme un camion'.

Dans l'Hérault, les routières sont bio

Tandis que New York s'entiche des 'food-trucks' et que Paris découvre ce phénomène, **Delphine Richard** et **Christelle Fébra** démarrent leur camion bio. Chic et noir, 'Bio comme un camion' navigue depuis l'été 2010 entre deux emplacements : dans la zone industrielle de Lavérune en semaine, il propose aux salariés une restauration rapide de qualité, à l'ombre d'une terrasse champêtre. À Saint-Jean-de-Védas, les soirs de week-end, il se consacre aux pizzas bio cuites au four à bois. Chaque matin au laboratoire, Delphine et Christelle pétrissent à la main les pâtes, enfournent les gâteaux et tartes. Elles achètent au maraîcher bio voisin les légumes, les transforment en conserves pour leur carte hivernale. Ainsi leur choix bio reste accessible (à partir de 4,80 € au déjeuner) et leurs recettes variées évoluant au fil des saisons fidélisent leur clientèle.

UN CAMION PAS COMME LES AUTRES

L'idée de départ est venue du camion à pizza, si familier au bord des routes du Midi. Les deux

ex-graphistes parisiennes, se retrouvant jeunes mamans dans le Sud, l'ont peaufiné pendant dix-huit mois en un concept bio et gourmand, compatible avec leur vie de famille et leurs moyens financiers. Elles commencent leur reconversion professionnelle par une formation de pizzaiolo au Greta de Sète. De leur premier stage, elles adoptent le four à bois pour la qualité. De leur second stage, au Mazerand à Lattes, elles retiennent la rigueur et l'hygiène du restaurant gastronomique. Elles testent les recettes et décortiquent les coûts de revient de leur future carte, gâteaux et tartes, pizzas roulées et pains farcis. Elles mènent leur étude de marché en recherchant avec persévérance une municipalité qui leur accorde une autorisation. Enfin, Lavérune répond positivement : la zone industrielle grandit et le village manque de restaurants. Sésame en main, elles obtiennent 20 000 € de financement, acquièrent et font transformer un camion. Elles apprivoisent le fonctionnement du groupe électrogène, peaufinent la mise en place, décrochent un deuxième emplacement.



Christelle Fébra et Delphine Richard dans leur 'bio camion'.

Depuis un an et demi, elles se sont rodées pour l'étape suivante : développer l'activité de traiteur lors des manifestations culturelles de l'Hérault.

ANNE-SOPHIE THÉRON

www.biocommeuncamion.com

25 M€ de chiffre d'affaires en 2011

L'enseigne veut doubler son nombre de points de vente d'ici à 2015.

Eat Sushi s'allie à Citizen Capital et poursuit son développement

Mourad et **Yahia Benamer**, autodidactes, lancent dans les années 1990 une petite chaîne de sandwicheries. Forts de cette première expérience, ils créent, en mai 2006, le premier Eat Sushi à Paris, rue des Martyrs. Trois concepts sont développés dès le départ : Pick & Go (vente à emporter et livraison à domicile), Eat Restaurant (service à table) et Rolling Bar (produits préparés à la commande et glissés sur un 'kaïten', sorte de comptoir roulant). Ils inaugurent très vite deux autres points de vente à Paris, toujours en propre. Entre 2008 et 2011, l'ouverture à la franchise porte le réseau de 3 à 35 restaurants. Numéro 3 en France - après Sushi Shop et Planet Sushi -, l'enseigne emploie près de 500 personnes pour un chiffre d'affaires de 25 M€ en 2011 (en croissance de 51 % par rapport à 2010). 1,5 million de clients ont été servis l'an dernier, 65 % en livraison, 20 % en vente à emporter et 15 % sur place.

"UNE ÉTAPE INCONTOURNABLE"

Eat Sushi vient de signer un partenariat avec Citizen Capital, un fonds de capital-développement dédié au financement et à l'accompagnement des PME. Ce dernier apporte 3 M€ et

prend une participation de l'ordre de 30 % au capital de Eat Sushi. "Notre ambition est de constituer un réseau d'au moins 70 restaurants et de réaliser un chiffre d'affaires global de plus de 50 M€ à l'horizon 2015", explique Mourad Benamer. Cette levée de fonds correspond à une étape incontournable pour nous donner les moyens de structurer notre croissance." C'est la quatrième opération d'ouverture de capital ou de rachat sur le créneau du sushi en moins de six mois, après Sushi Shop en septembre 2011, Sushi West en octobre et Planet Sushi en novembre. L'année 2012 sera celle du développement pour Eat Sushi : 8 ouvertures sont programmées à Pau, Tours, Saint-Laurent-du-



Mourad Benamer, président et cofondateur de l'enseigne Eat Sushi : "Notre ambition est de réaliser un chiffre d'affaires global de plus de 50 M€ à l'horizon 2015."

Var, Rennes, Nîmes, Paris (2 restaurants) et Mérignac. "Un premier corner Eat Sushi ouvrira également le 20 mars prochain à Saint-Étienne. À Mérignac, [nous ouvrirons] notre premier drive-in. De plus, une application pour mobile sera disponible gratuitement à partir du mois de mai [et permettra]

HÉLÈNE BINET

www.eatsushi.fr

Le réseau Eat Sushi cible en priorité les centres-villes.



6,3 millions de repas servis l'an dernier

Limoges (87) Forte d'un chiffre d'affaires en hausse de 50 % en 2011, l'enseigne veut poursuivre son développement pour compter 300 points de vente en 2017.

La Pataterie ouvrira 30 restaurants en 2012

Avec 30 unités ouvertes en 2010 et 39 en 2011, la chaîne de restaurants en franchise La Pataterie - dont le siège est à Limoges - confirme sa volonté d'atteindre 150 points de vente d'ici à la fin 2012. À terme, l'objectif des 300 établissements en 2017 devrait être tenu, l'entreprise affichant une bonne santé insolente face à la crise.

En effet, la société créée il y a seize ans par le restaurateur briviste **Jean-Christophe Pailleux** ne cesse depuis de progresser. Ses 121 restaurants actuels ont cumulé en 2011 un chiffre d'affaires de 97,8 M€ (soit + 50 % en un an) et plus de 6,3 millions de repas servis. Une croissance issue, selon ses responsables, "d'une adéquation avec les attentes de la clientèle pour une offre alternative sur un rapport qualité-prix sans équivoque".

"Tous les feux sont au vert, annonce **Alexandre Maizoué**, directeur du groupe, et nous ne voyons pas de limite à notre modèle." Le ticket moyen a progressé en 2011 de 1,8 % alors que la marque n'a pas augmenté ses prix. Le réseau progresse en région parisienne, mais aussi à l'étranger. Les petites et moyennes villes de province restent le cœur de cible de l'enseigne, où elle est seule sur le segment 'économique premium', forte de son slogan "si on mangeait à la campagne sans se mettre sur la paille ?" Les candidats à la franchise ne cessent de se présenter au bureau limougeaud, attirés par une rentabilité assurée et des conditions d'entrée attractives.

JEAN-PIERRE GOURVEST

TAPAS LOCALES

au 17
il 2012



ouverture : dim. 15 : 14 h - 19h,
t mardi 17 : 9 h - 19 h

Pour toute information : www.saphir-pau.com

Un second Mendo ouvre sur la presqu'île

33 94
ofeduvin.co

UNE VISIBILITÉ ACCRUE


L'équipement de la bonne cuisine

Hôtellerie

“Positionnement atypique”

Situé à proximité des grands magasins parisiens, l'établissement du groupe Starwood Hotels & Resorts se démarque grâce à un design très innovant, conçu sur le thème de la lumière.

Inauguration officielle de l'hôtel W Paris Opéra

Après quasiment deux ans et demi de travaux, le W Paris Opéra a ouvert ses portes. Dans un immeuble haussmanien (il fut construit en 1870), l'établissement propose 91 chambres et 20 suites, dont les fameuses 'Wow Suites'. À proximité des Galeries Lafayette et du Printemps, l'hôtel est idéalement situé pour les 'fashion addicts' du monde entier. Pour Starwood Hotels & Resorts, qui possède un mandat de gestion sur cet hôtel (le bâtiment appartenant au fonds espagnol Meridia Capital), il s'agit de disposer d'une adresse en plein cœur de Paris, dans un quartier de shopping et d'affaires.

Le cabinet de design new-yorkais Rockwell Group, chargé des travaux, a souhaité non seulement mettre en avant le côté typiquement parisien de l'immeuble mais aussi jouer sur une décoration très moderne, en misant sur la lumière (l'hôtel est surnommé 'the spark', l'étoile) et la créativité.



Une chambre du W Paris Opéra, fruit du travail du cabinet de design new-yorkais Rockwell group.

“Nous sommes conscients de ce positionnement atypique, c'est le cas de tous les hôtels W, explique **Eva Ziegler**, directrice mondiale des marques W Hotels. Les Parisiens et les jet-setters vont très vite se l'approprier, grâce à son

bar à cocktails, son restaurant Arola très innovant, ou son W lounge qui donne sur les coupes de l'opéra Garnier.”

En effet, côté restauration, Starwood a choisi le chef catalan **Sergi Arola** (2 étoiles Michelin à Barcelone),



Sergi Arola, chef du restaurant Arola, est un disciple de Ferran Adrià.

disciple du célèbre **Ferran Adrià**. Il a travaillé à ses côtés pendant plusieurs années, au poste de responsable de l'atelier de création, ce qui laisse présager de l'inventivité des plats qui seront présentés à l'Arola...

60 ÉTABLISSEMENTS D'ICI À 2015

Le groupe Starwood devrait ajouter quatre nouveaux hôtels à sa collection W. Au total, “en 2015, la collection W comportera 60 établissements, dont la moitié sera située en dehors des États-Unis”, précise **Olivier Servat**, directeur général du W Paris Opéra. Une réelle satisfaction du côté de Starwood Hôtels & Resorts pour qui W est une marque phare dont les performances commerciales ne cessent de grimper.

ÉVELYNE DE BAST

W Paris Opéra • 4 rue Meyerbeer • 75009 Paris • Tél. : 01 77 48 94 94 • www.wparisopera.fr

Le groupe veut aussi s'implanter à Bruxelles

Paris (VIII^e) Avec la réouverture de cet établissement entièrement rénové, Newhotel, groupe familial dirigé par Georges Antoun, propriétaire de 12 hôtels, se recentre sur la capitale.

Le Newhotel Roblin rouvre après neuf mois de travaux



Caroline Antoun : “Je suis entrée dans l'hôtellerie par passion.”

Caroline Antoun est fière de présenter le nouveau visage de l'hôtel Roblin, rouvert le 27 février après neuf mois de travaux, pour un coût de 5 M€. Seule la façade classée créée en 1916 par **André Terrail**, le patron de la Tour d'argent, est restée intacte. Toute la décoration intérieure est signée Flamant Projects, un coup de cœur.

“Nous avons découvert leur style et nous avons été séduits. Après les avoir rencontrés, nous avons décidé de leur confier la totalité de l'aménagement intérieur de l'établissement, qui a été réalisé par la décoratrice attitrée de la maison Flamant, **Isabelle Juy**”, précise Caroline Antoun.

L'impératif restait que l'hôtel conserve son esprit 'chic parisien', à l'image de ces deux lucarnes en plâtre grisées des toits de Paris et installées à l'entrée de l'établissement. Caroline, son père **Georges** et **Camille** sa sœur sont donc allés chiner dans Paris pour faire du lobby un cabinet de curiosités. De désuets plans de Paris sont affichés dans les couloirs. Le logo de l'hôtel a été stylisé et décliné en fonction des services proposés par l'hôtel. Les 77 chambres sont divisées en trois catégories - Privilège, Standard et Junior suites.

Sous les combles, ces dernières ont gardé un petit air d'atelier d'artiste. Dans les salles de bains, de grandes douches ont été installées.

“ON NE CHANGE PAS UNE FORMULE QUI MARCHE”

Aujourd'hui, la jeune directrice a la responsabilité de deux Newhotels dans Paris, et se trouve donc à la tête d'un parc de 127 chambres classées 4 et 3 étoiles. “Je suis entrée dans l'hôtellerie par passion. Après mes études en école de commerce, je suis allée travailler au George V. Au bout de six années, mon père m'a proposé de prendre la responsabilité de cet hôtel.” La jeune femme, qui dirige 40 personnes au Roblin, est tout à fait à l'aise dans ses nouvelles fonctions. “J'ai toujours aimé travailler en équipe et j'ai un profond respect pour mes collaborateurs”, avance-t-elle. D'ailleurs, même



Le lobby de l'hôtel, aux allures de salon de curiosité.

après neuf mois chômés, ces derniers reviennent, à l'instar du chef, **Fabien Monteil**, séduit par le nouveau projet, et qui propose dorénavant une carte simplifiée. “Deux menus sont désormais proposés, l'un à 28 € et l'autre à 37 €, mais nous avons gardé certaines de nos spécialités, comme le bœuf Kobé, car on ne change pas une formule qui marche”, précise Caroline.

Grâce à cette transformation, l'hôtel Roblin, qui garde son classement 4 étoiles, espère bien augmenter ses prix moyens, qui vont passer de 160 € avant les travaux à 250 € la première année, en espérant atteindre très vite 300 € de prix moyen annuel. Aujourd'hui, même si le groupe a ses racines à Marseille, Paris constitue désormais le nouveau pôle d'activité de Newhotel. Qui ne cache pas son intention de se développer également du côté de Bruxelles.

É. DE B.

Newhotel Roblin • 6 rue Chauveau-Lagarde • 75008 Paris • Tél. : 01 44 71 20 80 • www.new-hotel.com/fr/hotel/roblin

Salon d'une suite au Newhotel Roblin, dont la décoration intérieure est signée Flamant Projects.

Dessiné par Jean Nouvel

Montpellier (34) Situé stratégiquement au cœur de la cité héraultaise, le Courtyard by Marriott a ouvert le 27 février, dans le nouveau quartier de la mairie, au bord des berges du Lez.

Un Marriott épuré et design à Montpellier

Urbain et contemporain, le Courtyard by Marriott est stratégiquement situé à une dizaine de minutes de l'aéroport, de la gare et du centre historique de Montpellier. Joutant la nouvelle mairie, le bâtiment épuré porte, comme elle, la griffe de l'architecte **Jean Nouvel**. **Christophe Guideau** dirige l'équipe de 40 personnes du nouveau 4 étoiles composé de 123 chambres et suites, 5 salles de séminaire, un restaurant bar lounge, une salle de fitness, une piscine, un solarium et bientôt un spa.

DESIGN SCANDINAVE

L'hôtel réserve quelques innovations exclusives au groupe : le 'go board', un écran tactile à l'accueil fournissant toutes les informations sur la ville, et le 'market', une mini boutique ouverte 24 heures sur 24. Grâce à son aménagement intérieur, la structure en béton et bois clair est baignée par la lumière du sud de la France, et rappelle les couleurs Marriott en touches orange et vertes. Les chambres sont toutes sobrement meublées dans un esprit design scandinave,

Le nouveau Courtyard by Marriott comprend 123 chambres et suites, 5 salles de séminaire, un restaurant bar lounge, une salle de fitness, piscine, solarium et prochainement un spa.

confortablement équipées de climatisation, wifi et TV HD. Côté mairie, elles dévoilent une vue sur l'activité urbaine. Côté Lez, elles s'organisent autour du patio en bois. Les suites aux terrasses discrètes surplombent la piscine à débordement. Les espaces affaires sont lumineux et calmes. Séparés par des foyers pour les pauses, les 5 salles de séminaire, équipées de projecteurs, se modulent pour accueillir jusqu'à 125 personnes. Le solarium de 130 m² peut aussi être privatisé pour les réceptions. Le restaurant Oléo Pazzo dévoile la ville à travers ses vitrages de plain-pied et se prolonge de deux terrasses. Sa carte explore les saveurs de la Méditerranée et les vins du Languedoc.

Pour s'ouvrir aux Montpelliérains, il conserve des tarifs accessibles, avec des formules à 17 € au déjeuner. Il ouvre 7 jours sur 7, tout comme le bar 'lounge'.

Marlène Gallego se charge de la commercialisation de toutes les offres. Pour les chambres, le tarif de



lancement débute à 125 €, puis variera de 240 € à 450 €. Ce Marriott, haut de gamme et design, ouvre juste au moment où le *New York Times* recommande la visite de Montpellier pour son architecture.

ANNE-SOPHIE THÉRON

Courtyard by Marriott • Place Georges Frêche
• 34000 Montpellier • Tél. : 04 99 54 74 04
• www.marriott.fr/hotels/travel/implcy-courtyard-montpellier

En bref

Contact Hôtel tient son congrès annuel

Ce congrès, qui s'est tenu le 10 mars dans les salons de l'hôtel Chateaubriand à Saint-Malo (35), a été l'occasion pour le conseil d'administration, et plus particulièrement pour **Krichna Mourty** et **Jean-Michel Ducrot**, respectivement président et vice-président du groupement, hôtelier, de proposer une stratégie pluriannuelle tournée vers la notoriété et le développement, ainsi que de présenter les nouvelles ressources humaines et techniques dédiées à ce challenge.

"Indépendants par nature, traditionnels par culture", les 262 adhérents de Contact Hôtel visent trois objectifs :
• profiter des retombées

économiques de la carte fidélité Contact Hôtel qui permet à tout client d'être remboursé de sa douzième nuit passée dans les hôtels du groupement, une offre pionnière dans la profession et qui fidélise depuis vingt ans une clientèle de plus en plus attentive à ses dépenses ;
• intégrer un réseau solidaire pour être épaulé dans la mise en œuvre des transformations exigées par la réglementation, tant au plan de la sécurité ou de la préservation de l'environnement, qu'en matière d'accessibilité des handicaps et de confort de vie ;
• affirmer les valeurs phare du groupement - l'accueil, le service, la disponibilité, la personnalité, l'écoute - dans un secteur où les modèles dominants des réseaux

intégrés tendent à rationaliser l'hébergement hôtelier jusqu'à le priver de ses saveurs authentiques, de ses particularismes locaux et de ses atouts humains.

Contact Hôtel

• 32 boulevard Victor Hugo
• 10000 Troyes • Tél. : 03 25 45 98 67
• www.contacthotel.com

Un nouveau président pour l'AICR section parisienne

Le 17 février dernier, les membres de l'Amicale internationale des chefs de réception et sous-directeurs d'hôtels (AICR) se sont donné rendez-vous dans l'un des salons du Four Seasons George V pour leur assemblée générale. À l'issue de la soirée, **François Lenne**,

assistant chef de réception au Meurice, a été élu président de l'AICR, succédant à **Gautier Py**, directeur des opérations du Hyatt Regency Paris-Charles-de-Gaulle. *"J'ai passé, en tant que président de l'AICR, quatre années extrêmement enrichissantes tant d'un point de vue professionnel que personnel. J'ai pris beaucoup de plaisir à faire vivre cette association. Je passe aujourd'hui le flambeau à François et sera toujours disponible pour l'aider dans ses nouvelles fonctions"*, a déclaré Gautier Py. Élu à l'unanimité pour deux années, François Lenne sera épaulé par un nouveau bureau. La section parisienne de l'AICR compte aujourd'hui 70 membres.

www.aicr.fr

104 chambres standardisées

Tassin-la-Demi-Lune (69) Situé au cœur du quartier de Vaise, ce nouveau Holiday Inn, détenu par la société SHCR, vise en majorité une clientèle d'affaires.

Un premier Holiday Inn en région lyonnaise

Après six mois de travaux, l'ancien Novotel de Lyon Vaise a changé d'enseigne et monté en gamme pour laisser place au premier Holiday Inn de la région lyonnaise. L'établissement a été rénové dans un esprit contemporain pour un coût total de 3 M€. Classé quatre étoiles, l'hôtel dispose de 104 chambres standardisées, ainsi que de cinq salles de réunion, d'une salle de fitness et d'une piscine. Sa brasserie, la Coll'Inn, assure



Fabrice Lipinski (à gauche), directeur de l'hôtel, au côté d'**Anthony Pallier**, président de la société hôtelière Côte Rôtie.

une restauration empruntant aux spécialités lyonnaises. À proximité des grands axes routiers et des pôles économiques de l'ouest lyonnais, l'hôtel vise une clientèle d'affaires, notamment anglo-saxonne. *"L'emplacement et les prestations proposées sont idéaux pour ce type de clientèle. Même si nous souhaitons aussi séduire les familles avec des offres très attractives pour les enfants"*, souligne **Fabrice Lipinski**, directeur de l'établissement. L'Holiday Inn de Vaise est exploité par la société hôtelière Côte Rôtie

(SHCR), qui exploite en franchise neuf hôtels sous diverses marques (Mercure, Best Western, Etap Hôtel...). *"Il s'agit de notre premier Holiday Inn, et nous souhaitons en faire une adresse d'affaires incontournable dans l'ouest lyonnais"*, assure **Anthony Pallier**, le président-fondateur de la SHCR. Le groupe, présent uniquement en région Rhône-Alpes, souhaite se développer dans tout le quart sud-est de la France, avec deux ouvertures par an.

STÉPHANIE PLOUD

Holiday Inn Lyon Vaise

• 13 D -avenue Victor Hugo • 69169 Tassin-la-Demi-Lune
• Tél. : 04 78 64 61 11
• www.holidayinn.com

9,22€

Taux horaire minimum conventionnel

9,22€

Taux horaire Smic

3,44€

Valeur du repas

3 031€

Plafond Sécu

1 624

Indice du coût de la construction
Révision : + 1,88 %
Renouvellement : + 38,80 %

9,7%

Taux de chômage au 3^e trimestre 2011

Juridique

Conformité, sécurité et hygiène...

Proposer une piscine dans son hôtel est un atout commercial indéniable, mais cela vous oblige à respecter un certain nombre de règles, tant en matière de sécurité que d'hygiène. Petit rappel de vos obligations.

PAR PASCALE CARBILLET

Votre piscine est-elle bien aux normes ?

Afin de limiter le risque d'accident ou de noyade mortelle de jeunes enfants en piscine, une loi de janvier 2003 a rendu obligatoire l'installation d'un dispositif de sécurité. Depuis le 1^{er} janvier 2006, toutes les piscines, qu'elles soient à usage familial ou collectif, doivent être équipées de l'un des 4 dispositifs de protection normalisés : il peut s'agir d'une barrière, d'une couverture de sécurité, d'un abri ou d'une alarme.

QUELLES SONT LES PISCINES CONCERNÉES ?

L'article L.128-1 du code de la construction et de l'habitation prévoit que "les piscines enterrées, non closes, privées à usage individuel ou collectif, doivent être pourvues d'un dispositif de sécurité normalisé visant à prévenir le risque de noyade". Cette réglementation s'applique donc à toutes les piscines privées à usage individuel ou collectif de plein air, dont le bassin est enterré ou semi-enterré. Cela concerne donc :

- les piscines des hôtels, des villages vacances, des campings, des locations de vacances, des chambres d'hôte ;
- les piscines familiales (situées chez des particuliers pour leur usage personnel, ainsi que les piscines situées dans des résidences).

Vous ne pouvez pas refuser de suivre ces prescriptions au motif que vous n'accueillez pas d'enfants.

Ne sont pas concernées :

- les piscines situées dans un bâtiment ;
- les piscines posées sur le sol, gonflables ou démontables ;
- les établissements de natation (piscines réglementées par la loi du 24 mai 1951) qui sont d'accès payant et font l'objet d'une surveillance par un maître nageur.

VOUS DEVEZ POSSÉDER UNE NOTE TECHNIQUE

Pour les piscines qui ont été construites à partir du 1^{er} janvier 2006, lorsque vous faites appel à un constructeur ou à un installateur, ce dernier doit vous remettre, au plus tard à la date de réception de la piscine, une note technique indiquant les caractéristiques, les conditions de fonctionnement et d'entretien du dispositif de sécurité retenu. Cette note doit vous informer sur les risques de noyade, les mesures générales de prévention à prendre et les recommandations attachées à l'utilisation du dispositif de sécurité.

L'ABSENCE D'UN SYSTÈME DE PROTECTION EST LOURDEMENT SANCTIONNÉE

Si votre piscine n'est pas équipée d'un de ses 4 systèmes de protection (lire encadré ci-contre),

l'article L.152-12 du code de la construction et de l'habitation prévoit que vous êtes passible d'une amende de 45 000 € pour les personnes physiques et de 225 000 € pour les personnes morales. Cela peut s'accompagner de l'interdiction d'exercer votre activité professionnelle pendant 5 ans au plus et de l'affichage de la décision prononcée.

LA SÉCURITÉ DES PISCINES PRIVÉES À USAGE COLLECTIF

Les piscines privées à usage collectif sont celles qui sont par exemple installées dans les hôtels, les villages vacances, les campings ou les chambres d'hôte. L'importante fréquentation de ce type de piscine a nécessité l'instauration de règles plus contraignantes, prévues dans un arrêté du 14 septembre 2004. Ce texte

impose que le bassin et les équipements techniques respectent certaines caractéristiques techniques, pour que la clientèle ne se blesse pas et qu'elle soit informée des risques. Les piscines de particuliers destinées à un usage personnel ne sont donc pas concernées par les dispositions qui suivent.

LES DISPOSITIONS RELATIVES AU BASSIN

Le texte contient un certain nombre de consignes concernant le bassin proprement dit. Parmi les principales dispositions prévues par les articles 5 à 17, on peut relever que :

- les parois et le fond des bassins doivent être de couleur claire afin qu'ils puissent être vus ;
- les profondeurs minimale et maximale de l'eau de chaque bassin doivent figurer sur un panneau et un

Vous devez être équipé au minimum d'un des 4 systèmes de protection

Depuis le 1^{er} janvier 2006, vous avez l'obligation d'être équipé de l'un des 4 dispositifs couverts par les normes NF. La loi permet au propriétaire de choisir son système de protection parmi des matériels de sécurité adaptés à ses contraintes budgétaires et techniques, comme la forme et l'implantation du bassin. Dans tous les cas, quel que soit le matériel choisi, la conformité aux normes doit être directement imprimée sur le produit lui-même, de façon lisible.

• **La barrière de protection** : elle doit être réalisée, construite ou installée de façon à empêcher le passage d'un enfant de moins de 5 ans, notamment en ce qui concerne le système de verrouillage de l'accès au bassin. La barrière doit correspondre à la norme NF P 90-306.

• **La couverture de sécurité** : elle doit être réalisée, construite ou installée de façon à empêcher l'immersion involontaire d'un enfant de moins de 5 ans, mais aussi résister au franchissement d'une personne adulte et ne pas provoquer de blessures. Rigide, elle constitue un véritable 'couvercle' qui empêche



Avec son couloir de nage de 15 x 4 m, la piscine est traitée par un électrolyseur au sel, chauffée par une pompe à chaleur et équipée d'une couverture de sécurité. Réalisation Carré bleu BB Jardin (Villefranche-sur-Saône) Architecte : Dovy Elmalan.

de tomber à l'eau. Elle doit répondre à la norme NF P 90-308. Attention ! Il ne faut pas confondre la couverture de sécurité avec une bâche thermique souple flottante, utilisée pour maintenir l'eau à une certaine température, et qui ne constitue pas un équipement de sécurité.

• **L'abri** : il peut être amovible, télescopique, fixe, repliable ou gonflable, haut ou bas, mais doit obligatoirement être conforme à la norme NF P 90-309. L'abri doit être refermé (fermeture sécurisée)

après utilisation de la piscine.

Son ouverture ne doit pouvoir être effectuée que par un adulte.

• **L'alarme** : Elle doit détecter la chute dans la piscine d'un enfant à partir de 6 kg. Elle doit en outre fonctionner 24 heures sur 24 et ne pas se déclencher de façon intempestive. Il faut qu'elle dispose d'une autonomie suffisante et qu'elle soit équipée d'un système de signalisation d'alimentation faible, de défaut ou d'absence d'alimentation. Elle doit répondre à la norme NF P. 90-307.



Cette piscine intérieure permet de profiter d'un espace de baignade en toute intimité tout au long de l'année... Réalisation Carré bleu Soleil bleu (Nantes).

VOUS DEVEZ EFFECTUER DES AUTOCONTRÔLES DE LA QUALITÉ DE L'EAU...

En tant que responsable de l'établissement, vous devez procéder régulièrement à des opérations d'autocontrôle de la qualité de l'eau. À cet effet, vous devez noter dans un carnet sanitaire, chaque jour : le nombre de baigneurs, la consommation d'eau en relevant les compteurs, la transparence de l'eau, le pH, la teneur en désinfectant, la température des bassins, ainsi que les observations relatives aux vérifications techniques et les éventuels incidents survenus dans la piscine. Vous devez tenir ce carnet sanitaire à la disposition des agents chargés du contrôle sanitaire.

CONTRÔLES SANITAIRES PAR UN LABORATOIRE AGRÉÉ

Ces piscines sont aussi régulièrement contrôlées par les agences régionales de santé (ARS) qui recourent à un laboratoire agréé par le ministère de la Santé pour réaliser des analyses. Les frais sont à la charge de l'exploitant de la piscine, donc de l'hôtelier. Le contrôle sanitaire est réalisé sur place. Il comprend non seulement la vérification de la qualité de l'eau (comme le pH, le taux de désinfectant, son aspect...) mais aussi de l'entretien général de la piscine et des surfaces. Un prélèvement est aussi effectué afin de contrôler la qualité de l'eau en laboratoire. La fréquence de ces analyses est définie par arrêté préfectoral. Par exemple, en Côte-d'Or (21), au moins une visite par mois est prévue, et davantage en cas de mauvais résultats. Les conclusions sanitaires doivent être affichées dans l'établissement de manière visible pour les usagers (article 11 de l'arrêté du 18 janvier 2002).

marquage est imposé sur le haut de la paroi, de façon à ce qu'elles soient visibles et lisibles depuis les plages et les bassins (article 7) ;

- les grilles de goulottes doivent être fixées afin de ne pouvoir être démontées par les usagers ;
- les pataugeoires destinées aux enfants doivent être d'une profondeur maximale de 0,40 mètre, ramenée à 0,20 mètre à la périphérie du bassin (article 8 de l'arrêté) ;
- l'installation hydraulique doit comporter un système d'arrêt d'urgence 'coup de poing' pour permettre l'arrêt immédiat des pompes reliées aux bouches de reprise des eaux et aux goulottes. Ce système doit être placé en dehors du local technique et être facilement accessible et visible. Il doit être équipé d'une vitre à briser pour accéder au bouton d'arrêt et son réarmement ne peut être effectué, au moyen d'une clef, que par le personnel autorisé (article 13 de l'arrêté).

SÉCURITÉ DES ÉQUIPEMENTS ET MATÉRIELS

Tout équipement ou matériel nécessitant une utilisation particulière doit comporter un panneau visible, lisible, indélébile et aisément compréhensible précisant la manière correcte de s'en servir ainsi que les précautions d'emploi (article 4 de l'arrêté). L'ensemble des sols accessibles pieds nus et ceux des radiers des bassins dont la profondeur est inférieure à 1,50 m doivent être antidérapants mais non abrasifs. Les plages sont conçues de façon à éviter la stagnation de l'eau et la retombée des eaux des plages dans le bassin (article 3 de l'arrêté).

VOUS DEVEZ TENIR À JOUR UN PLAN DE SÉCURITÉ

L'exploitant de la piscine est tenu d'établir et de mettre à jour un plan de sécurité des lieux, disponible à la réception (article 24 de l'arrêté). Ce document regroupe l'ensemble des mesures de prévention des accidents et de planification des secours liés à l'usage

Réouverture de votre piscine après l'hiver

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, il est préférable de laisser la piscine en eau pendant l'hiver, avec des flotteurs d'hivernage, et de la couvrir avec une bâche. Mettre un produit d'hivernage qui se dissout dans l'eau permet d'éviter le dépôt calcaire sur les parois et la prolifération d'algues. Il convient également de purger les pompes, les filtres, et de débrancher les alimentations. Quand procéder à la remise en service de votre piscine ? Selon **Camille Morel**, de la société Carré bleu international, "il faut ouvrir la piscine et la remettre en bon état de fonctionnement assez tôt, c'est-à-dire quand la température de l'eau est à 12 °C". Avant toute chose, il faut commencer par nettoyer, débarrasser les feuilles sur l'eau - si la piscine n'était pas couverte -, mais aussi laver les plages et margelles de l'intérieur vers l'extérieur. Remettre l'eau en circulation ainsi que les instruments (système de filtration, pompe hydraulique...) et vérifiez le bon fonctionnement de l'ensemble du matériel. Puis il faut traiter l'eau selon son état (propre ou souillée), en équilibrant le pH entre 7,2 et 7,6 et en introduisant une forte concentration de désinfectant.

des équipements et des installations de baignade. Il sert à prévenir les accidents en transmettant des informations adaptées et, en cas d'incident, à alerter les services de secours. Le plan de sécurité doit comporter nécessairement un descriptif accompagné d'un plan d'ensemble sur lequel figurent notamment :

- l'emplacement du dispositif d'arrêt d'urgence 'coup de poing' de l'installation hydraulique ;
- l'emplacement des matériels de sauvetage et de secours ;
- les lieux de stockage des produits chimiques d'entretien des eaux ;
- les moyens de communication intérieurs et les moyens d'appel des secours extérieurs ;
- les voies d'accès des secours extérieurs ;
- les bassins, les toboggans et les équipements particuliers quand ils existent ;
- l'emplacement du dispositif d'arrêt d'urgence 'coup de poing' de la machine à vagues quand elle existe.

AFFICHER LE RÈGLEMENT INTÉRIEUR ET LES PROCÉDURES D'ALARME

Il faut afficher de manière visible et à proximité immédiate du bassin :

- le règlement intérieur de l'établissement relatif aux horaires et conditions d'utilisation du ou des bassins ;
- les numéros d'appel des services de secours et les dispositions relatives aux procédures d'alarme.

IL FAUT PROCÉDER À DES VÉRIFICATIONS ET DÉSIGNER UN RESPONSABLE

L'article 25 de l'arrêté stipule que l'exploitant est tenu de désigner une personne responsable des vérifications périodiques indispensables au bon fonctionnement des installations, son nom figurant dans le plan de sécurité. Il lui incombe également de constituer une documentation technique et de tenir à la disposition des agents chargés du contrôle un dossier comprenant le plan de sécurité, le nom des fournisseurs des équipements et matériels installés, leur notice d'emploi, des attestations correspondant aux vérifications périodiques et le registre dans lequel sont consignés jour après jour les accidents ou incidents survenus.



Ce bassin de 20 m de long sur 6 m de large est chauffé par une pompe à chaleur, ce qui autorise les baignades dès les premiers beaux jours et bien au-delà de la saison estivale. Réalisation Carré Bleu Piscines Pyrénées-Atlantiques (Biarritz).

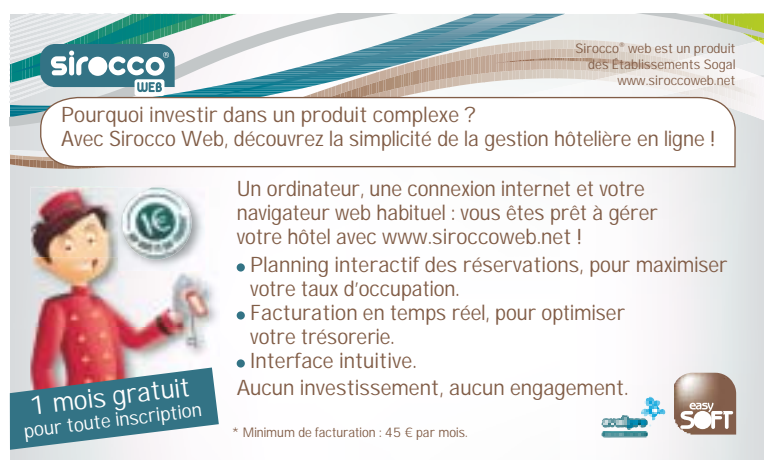
□ Courriers des lecteurs

Une question ?

Rendez-vous sur les Blogs des Experts de Pascale Carbillet

sur www.lhotellerie-restauration.fr






Montant de l'aide à l'embauche TPE pour les moins de 26 ans

Si j'applique la formule que vous donnez dans votre article sur les aides aux TPE pour l'embauche de jeunes de moins de 26 ans, avec un collaborateur à 35 heures hebdomadaires, payé au smic, et une indemnité nourriture par jour, j'obtiens un résultat de $1,208 = (0,14 \div 0,06) \times (1,6 \times 9,22 \times 151,67 \div (9,22 \times 151,67 + 3,44 \times 22) - 1)$.

Si j'applique ce résultat à la rémunération mensuelle brute soumise à cotisation, soit 1 473,68 €, j'obtiens une aide mensuelle de 1 780 €. Cela ne me paraît pas possible.

ED

Effectivement, une erreur s'est glissée dans la formule qui comporte un 0 de trop. Le coefficient est déterminé par l'application de la formule suivante : $(0,14 \div 0,6) \times (1,6 \times \text{montant mensuel du smic} \div \text{rémunération mensuelle brut hors heures supplémentaires et complémentaires}) - 1$. Le résultat obtenu est arrondi à trois décimales, au millième le plus proche.

Je vous propose deux exemples de calcul qui vous donneront une idée du montant de l'aide obtenue. Bien qu'elle soit calculée selon des modalités très similaires à la réduction Fillon, cette aide ne constitue pas une réduction de cotisations sociales, et n'a donc pas à figurer sur le bulletin de paie. L'employeur doit en faire la demande auprès de Pôle emploi qui calcule son montant au vu des éléments communiqués et la verse à l'employeur.

• Pour un salarié rémunéré au smic travaillant sur la base de 39 heures par semaine et bénéficiant de deux repas par jour, le salaire brut est de 1725,52 € (soit salaire de base : $151,67 \times 9,22 = 1398,40$ + majorations heures supplémentaires $(17,33 \times 9,22 \times 110 \%) = 175,76$ + avantage nature nourriture : $44 \times 3,44 = 151,36$)

Dans ce cas, le coefficient est déterminé de la façon suivante :

$$(0,14 \div 0,6) \times 1,6 \times (9,22 \times 151,67 \div 1549,76) - 1 = 0,103587$$

L'aide sera donc de $0,104 \times 1725,52 = 179,45$ €.

• Pour un salarié rémunéré au smic travaillant sur la base de 35 heures et bénéficiant d'un repas par jour, le salaire brut est de 1474,08 € (soit 1398,40 de salaire de base + 75,68 au titre des avantages en nature).

Dans ce cas, le coefficient sera déterminé de la façon suivante :

$$(0,14 \div 0,6) \times 1,6 \times (9,22 \times 151,67 \div 1474,08) - 1 = 0,1208329$$

L'aide sera donc de $0,121 \times 1474,08 = 178,36$ €.

Cette aide est cumulable avec la réduction Fillon, qui peut atteindre le montant suivant pour un salarié à 39 heures bénéficiant de deux repas par jour :

$$\text{Entreprises de 1 à 19 salariés : } 0,281 \div 0,6 \times (1,6 \times 9,22 \times 169 \div 1725,52) - 1 = 0,2083$$

Réduction : $0,2083 \times 1725,52 = 359,42$ €.

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

Il faut une licence de débit de boissons pour les minibars

Faut-il une licence pour les minibars (avec alcools) et pour les distributeurs de boissons (dans les couloirs de l'hôtel) et faut-il avoir bénéficié de la formation pour l'exploitation de débit de boisson, si l'on a qu'un hôtel sans restaurant et sans bar. Merci de vos réponses.

CEDEGE63

À partir du moment où vous proposez des boissons alcoolisées à votre clientèle, quel que soit le moyen - y compris si c'est uniquement par l'intermédiaire d'un minibar -, vous devez être titulaire de la licence de débit de boissons correspondante aux boissons proposées.

À savoir une licence de :

- 2° catégorie pour le vin et la bière, les vins doux naturels bénéficiant du régime fiscal des vins, la crème de cassis ;
- 3° catégorie pour proposer tous les vins doux naturels, les vins de liqueur, les apéritifs à base de vin et les liqueurs de fruits avec un taux égal ou inférieur à 18° d'alcool pur ;
- 4° catégorie pour vendre toutes les catégories de boissons autorisées.

Si vous souhaitez vous procurer une licence

de débit de boissons, vous devez être titulaire du permis d'exploitation. Celui-ci vous sera demandé lors de la déclaration d'ouverture de votre débit de boissons.

Attention ! L'article L.3322-8 du code de la santé publique interdit la vente de boissons alcooliques au moyen de distributeurs automatiques. Par conséquent, vous ne pouvez mettre dans ce distributeur que des boissons non alcoolisées, pour lesquelles il n'est plus besoin d'avoir une licence. La licence de 1^{re} catégorie, qui permettait uniquement la vente de boissons sans alcool, a en effet été supprimée.

'Droit et réglementation en CHR'

170 adhérents

Pontivy (56) Née en Bretagne, l'entreprise rapproche producteurs, restaurateurs, artisans et consommateurs.

Ma Planète alimentaire, le réseau des circuits courts



Une partie de l'équipe de Ma Planète alimentaire chez **Sébastien Guillevic** (à droite) restaurateur du temps pour temps.

et le consommateur afin de favoriser aux circuits courts. Aujourd'hui, le réseau compte 170 adhérents (dont 47 restaurateurs, du crêpier à l'étoilé), essentiellement dans le Morbihan et le Finistère. Ils ont tous signé une charte les engageant, par exemple, à mettre en œuvre les bonnes pratiques d'hygiène et de fabrication, employer des produits de saison, privilégier des méthodes respectueuses de l'homme et de l'environnement, transmettre le savoir-faire aux générations futures... "Nous privilégions le contact sur le terrain, précise **Julien Kerforn**, chargé de développement, avec des animatrices qui vont animer le réseau, le développer, être à l'écoute des adhérents, susciter des formations..." L'Ille-et-Vilaine et les Côtes d'Armor vont suivre et, d'ici cinq à six ans, "nous souhaitons attirer 10 000 à 12 000 professionnels sur l'ensemble de l'Hexagone."

OLIVIER MARIE

Ma Planète alimentaire • 38 rue de la Madeleine
• 56500 Moréac • Tél. : 06 80 22 94 74
• www.maplanetealimentaire.fr

Sébastien Guillevic, restaurateur, témoigne

Restaurateur à Ploërmel (56), **Sébastien Guillevic** dirige avec **Leila Haas** Le Temps pour temps. Adhérents au réseau Ma Planète alimentaire, ces derniers expliquent : "Ma Planète alimentaire nous a clairement permis d'étoffer notre réseau de producteurs. Grâce à eux, nous avons rencontré notre poissonnier, notre maraîcher... Aujourd'hui, nous pouvons fièrement présenter nos fournisseurs sur la carte ainsi que 90 % de nos ingrédients." Ils vont bientôt ouvrir une épicerie en face de leur restaurant pour "vendre les productions de [leurs] fournisseurs et [leurs] réalisations..."

Depuis 2009, Ma Planète alimentaire œuvre en Bretagne pour le développement durable et une alimentation de qualité. L'idée, développée par **Emmanuel Le Guernic** - consultant et praticien hygiène et qualité de l'alimentaire -, est de créer un réseau entre le producteur, l'artisan, le restaurateur

Original et généreux

La bâche en trompe-l'œil du Crillon transformée en sacs

Avant de s'engager dans des travaux spectaculaires, le Crillon met en vente à partir du 1^{er} avril, à l'occasion de la Semaine du développement durable, la bâche en trompe-l'œil qui permettait de cacher les travaux de la façade. Une opération de recyclage qui rentre dans une démarche globale de développement durable menée par le Crillon. Le palace de la place de la Concorde a confié à la société Bilum le soin de transformer cette immense bâche en 450 sacs et pochettes, des pièces uniques. Cette jeune entreprise est spécialisée dans la réhabilitation des matériaux (bâches publicitaires, airbags, voiles de bateaux...) afin de leur donner une seconde vie. Elle travaille pour cela avec des Ésat, établissements



et services d'aide par le travail. Les sacs et pochettes ainsi retailés seront vendus à 25 €, 35 € et 65 € pour les plus grandes pièces. Les sommes ainsi récoltées seront reversées à une association caritative choisie par



À gauche : Des pièces uniques réalisées grâce à la bâche du Crillon.

À droite : La façade en trompe-l'œil du Crillon.

le palace. Au-delà d'une opération événementielle, cette vente s'inscrit dans une démarche que le palace veut durable et respectueuse. Elle est menée en interne par la responsable qualité du Crillon dont le rôle est de sensibiliser collaborateurs et clients. Une première étape a été franchie en décembre lorsque l'établissement a reçu le label Green Globe. Une première pour un palace.

ÉVELYNE DE BAST

www.crillon.com
www.bilum.fr

De nouveaux lauréats

Le label Clef verte, fidèle à Ecorismo

Comptant plus de 700 établissements labellisés au 1^{er} janvier 2012, le réseau Clef Verte se développe de plus en plus en France. Dans le détail, ont été distingués 308 campings, 247 hôtels, 53 meublés, 10 auberges de jeunesse, 53 résidences de tourisme, 39 chambres d'hôte et 15 restaurants. Pour ces derniers, il a fallu adapter le référentiel à la restauration lors d'une phase pilote, qui s'est achevée fin 2011. Le réseau Clef verte est également très présent à l'international puisque 1 500 établissements sont labellisés dans 28 pays. Lors du salon Ecorismo, qui s'est déroulé les 18 et 19 janvier 2012 à Nantes, **Nicolas Dubrocard**, coordinateur international de The Green Key,



Onze nouveaux établissements en Loire-Atlantique ont été labellisés.

a remis leur diplôme aux nouveaux lauréats de Loire-Atlantique. Les 11 établissements récompensés pour leur implication dans le développement durable ont été accompagnés en grande majorité par la chambre de commerce et d'industrie de Nantes-

Ce réseau, présent chaque année depuis le lancement du Salon, compte désormais 700 établissements en France et 1 500 à l'étranger.

JEAN-LUC FESSARD, 'LE TEMPS DU CLIENT'

Saint-Nazaire. Le département compte désormais 25 établissements labellisés. Lors d'Ecorismo, on a pu noter également la présence d'O'Hara, une entreprise fidèle au salon depuis plusieurs années. Partenaire majeur de La Clef Verte en France, O'Hara est le premier fabricant de 'mobil-home écologiques', conçus pour présenter la plus faible empreinte possible lors de leur fabrication, de leur utilisation mais aussi de leur recyclage en fin de vie.

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

www.laclefverte.org • www.ecorismo.com

Un concours pour “donner du relief à la formation”

L'École de Paris des métiers de table, du tourisme et de l'hôtellerie a créé un nouveau concours destiné à valoriser les métiers de salle. Organisé en interne cette année, il s'ouvrira à tous les établissements hôteliers d'Île-de-France pour 2013.

Camille Browet remporte le premier trophée Jean Blat

La table est le lieu privilégié des relations humaines : telle était la devise de **Jean Blat**, fondateur de l'École de Paris des métiers de table, du tourisme et de l'hôtellerie (EPMTTH), et fervent défenseur des métiers de salle. Dix ans après son décès, l'établissement hôtelier a souhaité lui rendre hommage en créant un concours dans l'univers des arts de la table : le trophée Jean Blat. Organisée le 8 mars, cette première édition a rassemblé 5 apprentis de l'école en bac pro restauration ou BTN hôtellerie en contrat d'apprentissage, sous la présidence d'**Alain Villacampa**, président d'honneur de la coupe Georges Baptiste. “C'est une première, c'est pourquoi nous avons voulu le réserver exclusivement à l'EPMTTH. Notre souhait est de dynamiser l'intérêt des élèves pour ce métier. De plus, le rythme d'un concours permet de stimuler le jeune et d'éviter le stress lors de son examen final. Notre idée : donner du relief à la formation”, ajoute **Jean-Luc Ploquin-Maurell**, chef des travaux de l'EPMTTH.

LA JOURNÉE DE LA FEMME POUR THÉMATIQUE

Place à la créativité et à la spontanéité de l'élève. Trois épreuves ont rythmé la matinée : interrogation orale



Élève à l'EPMTTH (Paris, XVII^e) et en alternance au Mercure porte d'Orléans à Montrouge (92), la lauréate **Camille Browet** a remporté le trophée avec une décoration rendant hommage au prix Nobel de la paix **Aung San Suu Kyi**.

sur l'histoire et le patrimoine des arts de la table en trente minutes, réalisation d'une décoration florale en trente minutes, et mise en place d'une table de 2 couverts sur le thème de la Journée de la femme puis argumentation auprès du jury en une heure. Au terme des délibérations, **Éric Blat**, fils de Jean Blat, a remis ce premier trophée réalisé par Sarreguemines

vaisselles à **Camille Browet**, en alternance au Mercure Porte d'Orléans à Montrouge (92). L'élève de seconde en bac technologique hôtellerie s'est démarquée par la qualité de sa table. “Le thème m'a beaucoup inspiré : j'ai choisi la femme politique birmane **Aung San Suu Kyi** qui se bat contre la dictature militaire de son pays. Ma table était donc inspirée de l'Asie du Sud, sujet que je connais bien puisque j'ai habité là-bas pendant douze ans. Autour de ce thème, j'ai opté pour des formes arrondies - elles représentent la femme en Asie -, des couleurs chaudes, des orchidées en décoration - synonymes de paix et de sérénité...” détaille la lauréate. Et la suite ? “Je voudrais poursuivre en BTS option mercatique et gestion hôtelière, puis faire carrière dans l'hôtellerie de luxe... toujours en Asie.”

La seconde place revient à **Florian Collet**, apprenti à la Villa Majestic à Paris (XVI^e). Les 3 autres finalistes sont **Lucas Beaudet** (Écailler de Paris - Jarrasse), **Géraldine Darriet** (restaurant Désirier), et **Oscar Perraud** (restaurant Lasserre). L'édition 2013 sera ouverte aux établissements hôteliers d'Île-de-France, avec des inscriptions ouvertes dès septembre prochain.

HÉLÈNE BINET

www.epmtth.org

En bref

Challenge culinaire des Jeunes Talents de l'océan Indien



Walter Gallet et **Steve Belabbas-Jonette**, binôme gagnant des Jeunes Talents de l'océan Indien.

Organisé par le magazine *Mets Plaisirs*, le premier challenge culinaire des Jeunes Talents de l'océan Indien vient de se

dérouler au lycée hôtelier La Renaissance à Plateau Caillou, sur l'île de la Réunion. Ouvert à tout jeune en formation initiale dans les écoles hôtelières de l'océan Indien, ce concours fonctionne par binôme avec un candidat en cuisine et un en salle. Sur le thème du canard à l'orange revisité, ils devaient

réaliser avec un commis un amuse-bouche, un plat servi à l'assiette avec au minimum 2 garnitures et une sauce pour 6 couverts. En salle, les jeunes devaient effectuer la mise en place d'une table de 4 personnes, créer un cocktail, faire le service des boissons et des mets. Le jury présidé par **Yves Camdeborde** a récompensé les élèves du lycée La Renaissance, **Walter Gavelet**, en cuisine et **Steve Belabbas-Jonette** pour les arts de la table.

Dix finalistes pour le X^e trophée CDRE France 2012

À l'issue de l'étude de cas ayant pour thème cette année la création d'un concept de restauration au sein d'un hôtel 4 étoiles situé

dans la zone de réhabilitation de Lyon Confluence, dix candidats se sont qualifiés pour la finale : **Armelle Angoulvant** (Saint-Quentin-en-Yvelines), **Johan Brun** (LH Bellerive), **Charlotte Cortes** (LH Toulon), **Emilie Delozier** (LH Sainte Anne), **Guillaume Duverger** (Institut Paul Bocuse), **Vincent Ghiande** (LH Toulon), **Mathilde Giuliani** (Ferrandi), **Thibaut Idenn** (CCI Avignon), **Romain Pradines** (LH Paul Augier), **Stéphanie Vallet** (LH Valéry Larbaud). Ces dix étudiants finalistes s'affronteront dans une finale qui se déroulera sur trois jours. Les candidats partiront de Lyon le mercredi 28 mars avec 2 escales dans les vignobles provençaux pour terminer à Monaco dans les salons du Méridien Beach Plaza le vendredi 30 mars.

“Peu de professeurs maîtrisent le concept”

Lors d'une soirée thématique consacrée au Grand Nord, l'organisme de formation a saisi l'occasion pour faire découvrir à ses élèves la cuisine à l'azote. L'animation était assurée par le chef de l'Aphrodite, à Nice.

David Faure souffle le froid au Greta Nice

À Greta niçois, on a décidé de surfer sur la tendance de la cuisine à l'azote et autres techniques moléculaires pour enrichir le bagage de ses élèves de terminale de bac pro restauration, cuisine et salle. Quelques élèves de la mention complémentaire barman et organisateur de réception étaient également présents. L'organisme avait fait appel à **David Faure**, chef de l'Aphrodite à Nice, et chantre d'une cuisine ‘techno-émotionnelle’, toujours prêt à s'inscrire dans l'effort de transmission et d'éducation. “Très peu de professeurs maîtrisent en effet le concept”, notait **Flore Guasco**, enseignante qui, personnellement, n'aborde le sujet qu'en ingénierie culinaire, avec les organisateurs de réception. Pour les initier, David Faure leur a présenté son ‘Nitro-



Le ‘Nitro-Dragon’ de **David Faure** : un moment fort de partage avec les jeunes.

dragon’ de pissaladière (pissaladière déstructurée) et un sorbet à l'azote liquide, “des démonstrations faciles à comprendre et rapides à mettre en place”. D'abord intrigués voire méfiants, les élèves ont vite succombé à la dimension spectaculaire de la technique - avec son mystérieux halo de vapeur - avant d'avouer, souvent à leur grande surprise, “ressentir qu'il se passait quelque chose en bouche”. Pris au jeu, ils ont voulu en savoir plus sur les origines de la cuisine moléculaire, ses techniques d'apprentissage, l'accueil que lui réservent les chefs, son accessibilité au grand public, son coût, son impact sur la santé... L'occasion aussi pour eux d'apprécier la capacité de cette technique à “fidéliser une clientèle toujours à la recherche d'originalité et de nouveautés”.

ANNE SALLÉ

“Nous nous adaptons aux tendances”

Depuis 2004, cet institut propose, avec l'école Cordon bleu et l'université de Reims, une formation pluridisciplinaire ciblée sur la culture du goût. La prochaine session est prévue en octobre.

Edwige Sibille est directrice de projet au sein des Hautes études du goût.



Hautes études du goût : les nouveautés du cru 2012

passionnés, aborde des thèmes tels que l'économie de la consommation alimentaire, la neurobiologie sensorielle, les liens entre alimentation, culture et société ou encore l'histoire de la cuisine et de la gastronomie. Un cursus pointu, riche et original, pour lequel chaque année on enregistre une centaine de dossiers de candidature pour 25 places seulement.

EN OCTOBRE 2012, L'ACCENT SERA MIS SUR LE CAFÉ ET LE PAIN

“À chaque session, 20 % des cours proposés sont des nouveautés. Car nous nous adaptons à l'actualité, aux évolutions, aux tendances”, détaille **Edwige Sibille**, directrice de projet au sein des Hautes études du goût, institut présidé par **Rémi Krug**. Pour la prochaine session, prévue durant deux semaines en octobre, l'accent sera mis sur des produits tels que le café, le pain, mais aussi sur ce geste si particulier qu'est la découpe. Quant au dîner pédagogique, prévu au Cordon Bleu et préparé sous la houlette du physico-

chimiste **Hervé This**, co-créateur avec **Nicholas Kurti** de la gastronomie moléculaire, il fera l'objet en matinée d'un atelier de démonstrations culinaires à partir des produits qui seront utilisés le soir. Autre nouveauté : à Reims cette fois, un atelier pédagogique aura lieu au sein de la maison Mumm, en vue de déguster une sélection de vins clairs et partager un repas agrémenté d'une même cuvée de champagne, servie dans différents verres, à différentes températures et avec différents mets.

25 INTERVENANTS EN 15 JOURS

“Les cours sont dispensés durant une semaine au Cordon bleu, puis durant la deuxième semaine du cursus à l'université de Reims”, précise Edwige Sibille. Et ce, à raison de 7 à 8 heures de cours par jour. “Les étudiants découvrent ainsi quelque 25 intervenants en quinze jours”, poursuit la directrice de projet. Un enseignement varié et rythmé, donc, par une succession d'universitaires, consultants, scientifiques de l'Institut national de la recherche agronomique (INRA) et du Centre

national de la recherche scientifique (CNRS).

Le profil des élèves est hétérogène. “Sur 25 étudiants, nous avons 80 % d'étrangers”, souligne Edwige Sibille. Les cours sont traduits simultanément en anglais. L'âge moyen ? Entre 30 et 40 ans. “Pour les étudiants de cette tranche d'âge, ce diplôme universitaire - DU - amorce bien souvent une nouvelle vie professionnelle en lien avec la gastronomie.” Un DU délivré par l'université de Reims, à l'issue d'un examen écrit et d'un mémoire à soumettre dans les sept mois qui suivent la formation.

Ce cursus est accessible par le biais d'un DIF ou d'un CIF. Quant aux étudiants issus de l'Union européenne, cette formation leur apporte 60 points de crédit dans le cadre de l'ECTS (European credits transfer system), soit l'équivalent d'une année d'étude à l'université.

ANNE EVEILLARD

Hautes études du goût • BP 183 • 51686 Reims cedex 2 • Tél. : 06 60 46 40 81 • www.heg-gastronomie.com

En bref

Alexandre Clochet remporte le trophée André Jeunet 2012

Dans la catégorie étudiant, cinq jeunes apprentis se sont affrontés pour élaborer un plat ayant pour thème le sandre. **Nicolas Isnard**, chef étoilé de l'Auberge de la Charme à Prenois (21), parrainait cette édition : “C'est un joli concours dans

lequel les candidats prennent du plaisir. On voit aussi qu'ils savent s'adapter, qu'ils n'ont pas besoin d'une cuisine de palace pour préparer un mets de luxe au vin jaune.” Après deux heures d'efforts, **Alexandre Clochet**, du lycée Hyacinthe Friant à Poligny,

coaché par ses professeurs de cuisine, messieurs **Boudier** et **Masson**, se distingue avec sa Paupiette de sandre au braisi, cœur d'écrevisses aux senteurs de vin jaune, chartreuse de légumes et compotée de poireau au comté, espuma d'épinards

à l'ail confit. Il est suivi de **Yohann Palmero** (Marseille) tandis que **Tom Meyer** (Poligny) arrive à la troisième place du podium. Deux anciens élèves de Poligny participaient également au concours dans la catégorie professionnels, **Lucas**

Regnier Savio, restaurant Les Barmes de l'ours à Vald'Isère (38), et **Emmanuel Chamouton**, l'Hostellerie Saint-Germain à Saint-Germain-lès-Arlay (39) qui finissent respectivement à la première et quatrième place.

Pour développer la capacité à innover

Une collaboration étroite entre l'ISEM à Montpellier et le lycée hôtelier du Sacré-Cœur à Saint-Chély-d'Apcher en Lozère est à l'origine de la licence professionnelle management des unités de restauration (LMUR).

Une licence pro très tendance

Pour concrétiser la formation de licence professionnelle management des unités de restauration (LMUR), des partenariats ont été mis en place sous la direction de **Denis Gatumel**, directeur adjoint de l'Institut des sciences de l'entreprise et du management (ISEM) de Montpellier, et **Antoine Imbault**, directeur du partenariat école de Sodexo. Différentes enseignes de la restauration sont concernées : Flunch, Autogrill, Accor, Flo... La promotion 2011-2012 compte cette année une vingtaine d'étudiants venus de toute la France. Basée à Montpellier pour le tronc commun des enseignements (management et contrôle, management de la qualité, management commercial), la licence propose deux spécialisations au lycée hôtelier du Sacré-Cœur à Saint-Chély-d'Apcher (48) : l'option tendance bien-

être pour les étudiants qui souhaitent développer une restauration saine et authentique et, nouveauté cette année, l'option tendance internationale qui a pour but de s'adapter aux mutations de notre société et aux nouveaux comportements alimentaires.

“OUVERTURE D'ESPRIT”

“Les étudiants ont la possibilité de développer leurs capacités à innover, par l'étude et la mise en pratique de nouveaux concepts et la découverte des cuisines du monde”, indique **Patrick Bouffety**, coordinateur de la formation. “Ce qui est important, c'est que les futurs responsables développent une ouverture d'esprit et une curiosité tournée vers l'innovation et les concepts gagnants”, précise **Jacky Ribeyre**, le nouveau directeur de l'ensemble du groupe scolaire du Sacré-Cœur. Une



Une formation qui comprend désormais deux spécialisations.

table ronde aura lieu en Lozère au mois d'avril entre tous les partenaires de la formation pour valoriser le travail effectué depuis ces dernières années.

L.C.

“Nous mettons nos experts au service des dossiers”

Les membres du Syndicat national de la restauration thématique et commerciale (SNRTC) se réunissent mercredi 21 mars en assemblée générale. Bilan et perspectives avec son président, Laurent Caraux.

PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVIE SOUBES

Laurent Caraux : “La restauration sortira de la crise, mais avec des méthodes opératoires différentes”

L'Hôtellerie Restauration : Mercredi 21 mars, le SNRTC se réunit en assemblée générale. Comment se présente cette journée ?

Laurent Caraux : C'est une étape pour tous nos adhérents. Le SNRTC rassemble des acteurs structurés du monde de la restauration, en majorité des chaînes, et la plupart des dirigeants participent à ce rendez-vous annuel qui nous permet de nous projeter dans l'avenir, d'en tracer les perspectives. Le SNRTC fonctionne par commissions. Celles-ci sont constituées de directeurs des ressources humaines, directeurs des affaires financières, responsables qualité, de toutes les personnes qui font face aux administrations, doivent anticiper, sont force de proposition. Elles travaillent sur des actions prioritaires décidées en conseil d'administration. La première partie de notre assemblée générale sera consacrée aux rapports de ces commissions. La deuxième partie démarrera par la présentation d'une étude inédite sur la restauration commerciale qui sera suivie d'un débat. Nous aborderons le sujet de la sécurité alimentaire que nous devons garantir à nos clients. Au SNRTC, nous avons établi un référentiel qui inclut un certain nombre de recommandations. La qualité, la sécurité, la salubrité des produits sont des préoccupations permanentes. Nous réfléchissons également au tri des biodéchets avec l'Ademe. Là encore, nous voulons être force de propositions. Lors de ce débat, nous traiterons plus largement du secteur des services et de la sortie de la crise. Nous sommes convaincus que la crise va élaguer les opérateurs qui n'ont pas su s'adapter et que ceux qui ont su accepter les mutations en cours en sortiront plus forts. La restauration est un métier d'avenir. Il n'est pas archaïque, mais il doit évoluer et s'exercer d'une autre façon. Nous voulons montrer que la restauration sortira de la crise grâce à l'anticipation de modes opératoires différents.

L'année 2011 vous a-t-elle permis de progresser comme vous le souhaitiez ?

Ce fut une année charnière. Nous avons pu consolider l'action du SNRTC après avoir gagné, fin 2010, la bataille de la représentativité au niveau de la branche. Nous ne sommes pas là pour faire la révolution au sein de la commission mixte paritaire, qui représente une

profession extrêmement diversifiée. Nous souhaitons apporter notre éclairage et de la sérénité aux débats. Si nous voulons être vraiment modernes, nous devons travailler ensemble avec toutes les organisations patronales dans le respect de nos différences. Les membres du SNRTC sont habitués à signer des accords d'entreprise. Lorsqu'il y a un vrai dialogue, les parties doivent pouvoir se rejoindre. Nous voulons œuvrer positivement. Ce n'est pas dans l'invective que l'on construit, la dernière commission mixte paritaire l'a démontré.

Le dialogue social avance-t-il suffisamment selon vous ?

La pénibilité, les compétences, l'égalité professionnelle, la formation ou encore le travail illégal sont des sujets importants à nos yeux, mais il fallait d'abord traiter les rémunérations et la prime TVA. Ce que nous venons de faire. Nous mettons nos experts au service des dossiers. Dans nos entreprises, le bilan social, nous le faisons tous les ans. Au SNRTC, nous avons l'avantage de pouvoir collecter des données fiables et objectives. Notre base de données, ce sont nos enseignes adhérentes, les 1 700 restaurants, les 35 000 salariés qu'ils représentent, et les dizaines de millions de repas qu'elles servent chaque année. Ce que nous voulons, c'est faire parler la vérité des chiffres et ne plus laisser tout dire sans éléments probants. En 2011, en nous appuyant sur les comptes d'exploitation de nos entreprises adhérentes, et après ventilation du complément de marge - d'environ 11 % - généré par le passage au taux de TVA réduit, nous avons pu établir de manière précise les impacts de ce taux réduit : 5 % du chiffre d'affaires hors taxe a été consacré au volet social, la baisse des prix en faveur des consommateurs s'est élevée à 4,1 % du CA HT et le solde résiduel destiné à financer les investissements du secteur a représenté 2,1 % du CA HT. Nous avons pu démontrer que le volet social a représenté bien plus que les 33 % prévus.

Quels sont vos objectifs aujourd'hui ?

Nous voulons sortir de la polémique et amener des éléments qui ne souffrent d'aucune contestation. Aujourd'hui, nous réclamons davantage de stabilité fiscale. Nous figurons parmi les plus



Laurent Caraux, président du SNRTC : “Nous souhaitons apporter notre éclairage et de la sérénité aux débats.”

gros employeurs en France et nous ne pouvons pas continuer d'être confrontés à des réglementations qui varient. Il faut arrêter de modifier sans cesse les règles du jeu pour nos entreprises. Nous avons, à titre d'exemple, procédé à une étude comparative entre le poids de la contribution économique territoriale (CET) en 2010 et à la taxe professionnelle en 2009 dans la restauration. Notre étude démontre que cette réforme a fortement pénalisé les entreprises de restauration : l'impact du changement de fiscalité s'est chiffré à 11 % d'augmentation entre 2009 et 2010 et 22 % si l'on compare 2009 à 2010, à périmètre comparable, en tenant compte des dernières modifications introduites par la loi de finances de 2011. Or, cette réforme était censée être favorable aux entreprises... Comment voulez-vous que nous travaillions sereinement ? Nous ne pouvons bien évidemment pas répercuter toutes ces charges supplémentaires sur nos prix aux consommateurs. Le contexte est d'autant plus difficile que ces mêmes consommateurs sont dans une forme d'attentisme. Depuis le début de l'année 2012, nous constatons une chute importante du côté des repas du midi. Ajoutez à cela le coût de la construction et des matières premières qui s'envolent... On ne nous facilite vraiment pas la tâche.

Pour vous, les métiers de service doivent se mobiliser...

Le SNRTC a décidé d'adhérer au Groupement des professions de services (GPS). Cette structure, rattachée au Medef, a pour objectif de donner sa juste place aux services dans le paysage économique. Il est important que ceux-

ci soient représentés dans les débats qui traitent de l'avenir de notre pays. Au sein du GPS, fédérations professionnelles et entreprises travaillent ensemble sur des sujets transversaux. Notre assemblée générale nous donnera l'occasion d'en faire une présentation. Je le répète, l'objectif du SNRTC est d'inscrire la restauration dans la modernité. Nous sommes des chefs d'entreprise responsables et conscients de la diversité des acteurs. Nous voulons contribuer à faire progresser notre métier. Nous nous positionnons comme une dynamique au service de toute une profession.

Assemblée générale 2012 du SNRTC

Mercredi 21 mars. Salons 37 - 37, rue Marbeuf, 75008 Paris

15 heures : ouverture des travaux par **Laurent Caraux**, président du SNRTC. Rapport des commissions : affaires sociales, par **Michel Morin** et **Luc Négri** ; formation, par **Catherine Augereau-Leloup** ; sûreté alimentaire, par **Philippe Vesselier** ; juridique et fiscale, par **Anne Saint-Julien** ; ville de Paris, par **Emmanuel Renault** ; informatique, par **Olivier Ricart**.

17 h 30 : débat : 'la crise, accélérateur de mutation'. Interventions de **Jean-Marc Guyot** et **Armand Chaigne**, d'Eurogroup Consulting, de **Jacques Augustin**, sous-directeur du tourisme à la DGCS, de **Tiphaine Coudert** et **Benjamin Kuentz**, de CGA Nielsen.

Dans une conjoncture délicate

Vic-Fezensac (32) Outre la volonté de regrouper les professionnels autour des critères de qualité, de propreté et d'accueil, les interventions ont abordé le nouveau classement hôtelier et le titre de Maître restaurateur.



Président de l'Umih 32, **Bernard Ramouneda** déplore que, face aux difficultés, "nombre de restaurateurs et d'hôteliers restent dans leur coin".

L'Umih 32 élabore une charte des cafés et crée un site internet pour les hôtels du Gers. Lors de son assemblée générale, le 5 mars, le président de la fédération gersoise **Bernard Ramouneda** a souligné

Umih 32 : une nouvelle charte pour les cafés

que la profession vivait "une période difficile". "On sent que tout le monde est dans l'expectative. Au-delà de la crise, le comportement des consommateurs a changé. Ils aiment la cuisine gastronomique mais se contentent aussi bien d'un sandwich. Aussi, on structure les cafés autour des critères de qualité, de propreté et d'accueil dans l'esprit des bistrot de pays", a-t-il dit.

UNE CERTAINE INCOMPRÉHENSION

Les interventions ont porté sur le nouveau classement hôtelier, les normes de sécurité et l'accessibilité qui posent de nombreux problèmes. "Les coûts engendrés par les nouvelles réglementations sont élevés. Nos établissements sont de petites structures à caractère familial. Pour que nos adhérents bénéficient de prix, nous avons passé des accords avec des sociétés habilitées à procéder à des évaluations", a-t-il précisé. La moitié des 69 hôtels du Gers serait en mesure de solliciter une

nouvelle classification.

Bernard Ramouneda a regretté que, face aux difficultés, "nombre de restaurateurs et hôteliers restent dans leur coin" : "Ils oublient que plus on est nombreux, mieux on est armés pour affronter la crise."

La même réticence pèse sur le titre de Maître restaurateur. "Les restaurateurs voient en premier lieu qu'ils doivent se soumettre à un audit payant. C'est une nouvelle contrainte. Ils estiment avoir d'autres priorités", a regretté le président de l'Umih 32. L'année écoulée a vu la fermeture administrative de bars et discothèques. "Nous notons une certaine incompréhension. Un manquement, un dépassement d'horaires nécessitent un rappel à l'ordre, pas une fermeture", affirme Bernard Ramouneda. Le maire de Vic-Fezensac, **Michel Sanroma**, et le directeur de cabinet du préfet, **Jean-Paul Lacouture**, ont pris part à l'assemblée générale. **BERNARD DEGIOANNI**

"Être actifs et réactifs"

Chaumont (52) Les normes réglementaires, la mutuelle et les différentes aides du conseil général et de la région figuraient notamment au menu de cette réunion.

CPIH 52 : première assemblée générale réussie pour Hervé Bésa

Hervé Bésa a pris officiellement ses nouvelles fonctions à la tête de la CPIH 52 à l'occasion de son assemblée générale annuelle, qui a eu lieu fin février à Chaumont, au centre de formation des apprentis Interpro. À l'ordre du jour, les normes, la mutuelle ou encore les différentes aides financières mises en place par le conseil général et le conseil régional. Le capitaine des pompiers, **Serge Brasseur**, préventionniste, invité à participer aux débats, a rappelé les règles de sécurité et notamment les principes fondamentaux d'évacuation d'un établissement en cas de fumée et de départ de feu. **Alain Chenot**, de HCR Prévoyance et Santé, a présenté ensuite les dernières mesures et garanties arrêtées par les partenaires sociaux.

LE POINT SUR LES DOSSIERS NATIONAUX

Autre intervenant : **Michel Guérin**, directeur de la maison départementale du tourisme, qui s'est exprimé sur les normes environnementales et d'accessibilité, en insistant notamment sur la démarche qualité pour l'accueil des personnes handicapées et le label Tourisme & Handicap. À ses côtés, **Emmanuel Mosini**, animateur Clévacances, a présenté les différentes structures labellisées du département. **Charlotte Le Moniet**, chargée de la communication de la CPIH, est revenue sur la nécessité de renforcer l'interactivité entre les départements et la rue Barye. Objectif : une diffusion régulière de



Martine Croharé, directrice générale de la CPIH, et **Hervé Bésa**, chef de file haut-marnais.

l'information dans la presse et sur les réseaux sociaux. **Martine Croharé**, directrice générale de la CPIH, a quant à elle fait le point sur plusieurs dossiers nationaux : Spré, titres restaurants, Maître restaurateur et formation au pack hygiène.

En clôture, la confédération de Haute-Marne avait souhaité mettre à l'honneur deux adhérents récemment retraités : **Françoise Toulouse-Colignon**, qui tenait le restaurant Chez Françoise à Bannes, et **Jean-Claude Fournier**, 1^{re} étoile Michelin décernée dans le département. Un moment d'émotion partagé par **Gérard Guy**, président national de la CPIH, de retour dans son fief pour quelques heures. Quant au nouveau chef de file haut-marnais, celui-ci a confirmé son engagement sous les applaudissements : "Nous continuerons d'être actifs et réactifs pour vous et avec vous en 2012, particulièrement sur les thèmes du tourisme et de la formation" a-t-il promis. **SYLVIE SOUBES**

"On ne peut pas augmenter les prix"

Tarbes (65) L'assemblée générale de l'Umih des Hautes-Pyrénées a abordé les échéances qui attendent la profession.

L'Umih 65 veut rester dans le concret



De gauche à droite : **Benoit Casterot**, vice-président Umih 65, **Jean-Marie Attard**, **François-Xavier Brunet** et **Jacques Duvin**, président départemental de la CGPME.

Jean-Marie Attard, le président de l'Umih 65, a exhorté les adhérents à solliciter la classification de leur hôtel. "Il faut l'obtenir. Elle est indispensable pour poursuivre l'activité d'hôtelier", a-t-il dit. Il a énuméré les difficultés que les hôteliers rencontreraient sans classement, citant l'absence de référencement auprès des offices de tourisme, la baisse de valeur du fonds de commerce, etc. Le contexte économique plaide en faveur de la nouvelle classification. "Notre département est privé d'un fort potentiel économique. Nous voyons des friches hôtelières se développer", a souligné Jean-Marie Attard.

ARRÊTER LA SURENCHÈRE

"Notre clientèle est modeste. On ne peut pas augmenter les prix. Or, les contraintes sont de plus en plus importantes. Nous avons l'impression d'avoir le couteau sous

la gorge. On a perdu 60 % de notre capacité d'accueil en trente ans", a-t-il ajouté. L'hôtellerie indépendante a enregistré en 2010 un chiffre d'affaires de 225 M€, soit près du tiers de celui de l'ensemble de l'activité touristique du département, comme l'a souligné **François-Xavier Brunet**, le président de la CCI. Jean-Marie Attard a relevé "la difficulté à fidéliser les saisonniers dans le département même si les salaires sont en moyenne 30 % au dessus du smic".

En matière d'accessibilité, l'Umih 65 préconise que "dans un périmètre donné, un établissement soit à même de recevoir un grand nombre de personnes handicapées pour compenser les difficultés rencontrées dans les autres établissements". "Il faut arrêter la surenchère de l'accessibilité, le lobbying de certaines associations qui met en danger la vie de nos établissements", a souligné Jean-Marie Attard. **B. DE.**

Une profession aux multiples facettes

Cette fonction, encore rare dans le monde de la restauration, a été mise en place au sein des entreprises dans le contexte alors propice du lancement du Grenelle de l'environnement. Quatre professionnels reviennent sur leur parcours et détaillent leur poste.

PAR LYDIE ANASTASSION

Directeur du développement durable, à la croisée des expertises

Mariannick Ozanne,
Léon de Bruxelles
"Un projet commun qui parle à toute l'entreprise"



Ingénieur qualité en agroalimentaire, **Mariannick Ozanne** est devenue directrice du développement durable chez Léon de Bruxelles en 2009. Elle y était entrée cinq ans auparavant en tant que responsable qualité, après une mission à la Compagnie

des wagons lits consacrée à la procédure HACCP (hygiène et sécurité des aliments) et la certification de la restauration à bord des trains. Quand elle prend en main le développement durable chez Léon de Bruxelles, un Bilan carbone est déjà en cours. "Le système de management de la qualité - qui concerne la maintenance, les achats et les services techniques - est transversal et coïncide avec la démarche du développement durable. C'est un projet commun qui parle à toute l'entreprise", explique-t-elle. Mariannick Ozanne a étoffé son service de deux personnes. Elle s'appuie sur un comité qui associe des opérationnels et les fonctions supports du siège, ainsi qu'un directeur, rouages indispensables entre le siège et les restaurants. Objectifs : faire remonter les idées, faciliter la compréhension des objectifs et la mise en œuvre des actions.

Antoine Sauvè,
Courtepaille
"Je revendique le fait d'être un affreux écologiste"

Pour **Antoine Sauvage**, la crise de la quarantaine s'est traduite professionnellement par un retour sur les bancs de l'école. L'ex-cadre de Kronenbourg intègre en 2005 l'Institut supérieur d'ingénierie et de gestion de l'environnement de Mines ParisTech, et prépare un master ingénierie de l'environnement. "J'ai bûché sur des études de cas concernant la migration d'un polluant dans le sol, la controverse de l'extension d'un centre d'enfouissement technique, l'eutrophisation en milieu aquatique. Cela a été une



remise en cause totale", raconte-t-il. Courtepaille l'accueille durant son stage professionnel de master. L'étudiant prend pour thème de sa thèse la recommandation d'une mise en place de politique environnementale. **Philippe Labbé,**

président de l'enseigne, l'embauche à l'issue du stage et lui confie également le service entretien du patrimoine. "C'est une chance. J'ai eu une équipe et un budget et donc une clé pour faire progresser le développement durable au sein de l'entreprise." Depuis, Antoine Sauvage a pris en charge également le développement, la franchise et la construction. "Je revendique le fait d'être un affreux écologiste. Tout le monde veut faire du développement durable, mais il faut savoir de quoi on parle et également connaître la restauration. C'est un job à la croisée des chemins. Il me permet d'appuyer sur le levier environnemental de toutes les fonctions dont j'ai la responsabilité, et de sensibiliser mes collègues de travail."

Didier Ferré,
Lenôtre
"Il faut partager ses connaissances avec ses homologues"



Entré chez Lenôtre en 2005 comme directeur des achats, **Didier Ferré** considère son poste de directeur du développement durable comme "honorifique" et "complexe". "L'école du développement durable n'existe pas. Nous [les

directeurs du développement durable, NDLR] avons tous des parcours atypiques. Lorsque j'ai pris mes nouvelles fonctions, en 2010, je connaissais le sujet par le biais d'une longue expérience des achats durables et j'ai eu besoin d'acquérir de l'expertise pour les questions de RSE [Responsabilité sociétale des entreprises, NDLR]", explique Didier Ferré, qui suit alors une

formation professionnelle spécifique. Aujourd'hui, Didier Ferré, qui est également licencié Bilan carbone, assure des sessions de formation sur la préparation à l'ISO 14001 au sein de Lenôtre Conseil. "Il faut partager ses connaissances avec ses homologues, participer à des réunions, des tours de table. L'eau, l'énergie, par exemple, sont des sujets qui peuvent devenir très techniques et pour lesquels les échanges d'expérience sont précieux." La transmission également. Didier Ferré a intégré dans son équipe un étudiant en master management développement durable.

Lara Barreteau-Poulain,
La Mie câline
"Une fonction à la fois plurielle et transversale"



C'est au service communication, dont elle deviendra la directrice en 2007, que **Lara Barreteau-Poulain** a fait ses premières armes dans l'entreprise familiale La Mie câline. Elle rejoint le comité développement durable de l'enseigne en 2009, constitué de collaborateurs volontaires et

représentatifs des différents services de l'entreprise. Le sujet lui plaît, si bien qu'elle s'y investit et en prend les commandes en 2010. En cours de formation pour un master 1 Management en projet développement durable et agenda 21, à l'université de Nantes (44), elle cumule la direction de la communication et celle du développement durable jusqu'en novembre 2011. Puis, elle délègue la première pour se consacrer entièrement à la seconde: "Sur un plan opérationnel, il est impératif que la création d'un poste de responsable du développement durable émane d'une volonté forte de la direction générale et reste en lien étroit avec les principaux responsables de l'entreprise, car sa fonction est à la fois plurielle et transversale", souligne-t-elle. Pour 2012, et suite à un diagnostic RSE, elle a concocté un plan d'actions concrètes en 21 points destiné aux membres du comité de direction et en phase avec les objectifs économiques de développement de l'entreprise. Ses grandes lignes : poursuite de la réduction de l'impact environnemental de l'activité et des achats, accentuation de la transparence auprès des consommateurs, développement du bien-être social et de l'engagement sociétal de l'enseigne sur son territoire.

Sur internet et mobiles

Vanina Sommer, directrice marketing pour la région Europe du Sud, revient sur la stratégie digitale du groupe hôtelier asiatique.

PROPOS RECUEILLIS PAR VANESSA GUERRIER-BUISINE

La cohérence de marque, clé de voûte pour Mandarin Oriental

L'Hôtellerie Restauration : Quelle importance l'e-réputation a-t-elle pour le groupe Mandarin Oriental et comment est-elle gérée?

Vanina Sommer : Nous gérons notre e-réputation à travers différentes chaînes de communication. En premier lieu, nous accueillons tous les commentaires de nos clients grâce à un formulaire spécifique sur notre site www.mandarinoriental.com. Nous faisons de grands efforts pour nous assurer que Mandarin Oriental est représenté en ligne de manière adéquate sur les moteurs de recherche, agences de voyage en ligne, portails de voyages... Nos chaînes de communication privilégiées sont celles au travers desquelles nous pouvons parler directement à nos clients, comme notre site internet, notre



"Nous réalisons 80 % de nos ventes en direct", explique **Vanina Sommer**, directrice marketing Europe du Sud, Mandarin Oriental.

application mobile, les réseaux sociaux sur lesquels la marque est présente.

Votre distribution et votre communication en ligne font-elles l'objet d'une stratégie différente de celles que vous menez sur les canaux traditionnels ? Comment attirez-vous les clients pour optimiser vos ventes directes ?

Finalement, plutôt que d'être contrôlé par la marque, le choix du canal de distribution devrait être fait avec les clients. Cependant, nous attirons ces derniers avec une parité tarifaire, une présence de pointe sur internet, polyglotte et coordonnée avec les efforts marketing en ligne, le marketing direct et par courrier électronique, sans oublier les réseaux sociaux. Nous réalisons 80 % de nos ventes en direct

et 20 % via les agences de voyage en ligne.

Les hôtels du groupe sont-ils encouragés à mener leur stratégie web et mobile individuellement?

Nos stratégies web et mobile sont centralisées pour assurer une cohérence de la marque. Quand cela est pertinent, les stratégies sont locales pour s'adapter à des besoins spécifiques, mais respectant les 'bonnes pratiques' prônées par la marque.

Quels sont vos projets en termes de développement en ligne et mobile ?

En 2012, nous relançons notre site à travers toutes les plateformes, web et mobile. Cette année sera également consacrée à la poursuite de nos activités sur les réseaux sociaux.

Optimiser sa communication

Flickr, Instagram, Pinterest... séduisent de plus en plus d'utilisateurs. Coup de projecteur sur cette tendance grandissante.

Pourquoi les hôteliers-restaurateurs devraient s'intéresser aux sites de partage de photos



Les sites de partage d'image : des médias sociaux pertinents.

Partager une recette, une photo de ses vacances ou du dernier sac tendance : le site Pinterest permet d'exprimer un avis simplement en partageant une image qui plaît, avec ou sans commentaire. Sur ce site, qui fonctionne uniquement sur invitation, les images sont des 'pins' que l'on épingle sur des tableaux thématiques et personnalisables. Les clients peuvent alors 'aimer' une photo en lien avec leur compte Facebook, la partager sur Twitter, l'envoyer par mail, la

commenter ou l'ajouter à leur propre tableau. Pinterest compte déjà 4 millions d'inscrits, 55 % de ses utilisateurs ont entre 25 et 44 ans, et 80 % sont des femmes, un public à ne pas négliger pour les hôteliers-restaurateurs.

COMMENT UN HÔTELIER-RESTAURATEUR PEUT-IL EXPLOITER PINTEREST ?

- Créer des tableaux de bord dédiés aux offres proposées dans son établissement : soins spa, carte du restaurant, catégories de chambres, offres spéciales... ;
- présenter son équipe, pour créer une proximité avec le client ;
- créer un tableau 'ouvert' dans lequel les clients ayant visité l'hôtel peuvent ajouter les photos réalisées pendant leur séjour ;

- créer un tableau sur la vie locale autour de l'établissement : attractions, événements à venir... L'actualité des photos fait vivre un compte ;
 - si l'hôtel s'implique dans une vie associative, illustrer cet engagement dans un tableau dédié ;
 - inclure un lien vers le site de l'hôtel, pour augmenter les visites et les ventes directes ;
 - inviter ses clients à rejoindre son réseau Pinterest, via sa page Facebook ou Twitter, ou directement lors de leur visite.
- Au-delà des questions de référencement, Pinterest et les médias de partage de photos représentent un bon moyen d'optimiser ses canaux de distribution et de communiquer avec le plus grand nombre à moindre coût.

V. G.-B.

De nouveaux modes de consommation

Quelles sont les nouvelles attentes des voyageurs depuis l'apparition des réseaux sociaux et de la téléphonie mobile ?

Étude Amadeus : la technologie au service du voyage

Dans sa dernière étude, Amadeus décrit le rôle que jouera la technologie dans l'expérience touristique. En effet, cette dernière est devenue multiforme depuis l'avènement des réseaux sociaux et des téléphones mobiles. Plus qu'une grande variété de choix, le voyageur recherche d'abord une expérience riche qui intègre l'histoire, la vie et la culture d'une destination... Face à cette demande, les hôteliers doivent utiliser les outils technologiques aujourd'hui disponibles comme la géolocalisation, les applications sur mobile, les données fournies lors du paiement... pour anticiper, créer et satisfaire les nouvelles attentes.

Le voyageur d'affaires, lui, devient un 'touriste'. Il veut se sentir à l'hôtel comme 'à la maison'. La technologie devrait l'y aider en lui proposant un accès internet de bonne qualité, et des éléments de confort facilitant son séjour. Elle offre aux clients, en effet, un gain de temps considérable, de l'enregistrement de plus en plus rapide et automatisé à l'ascension de la



4G, qui apportera plus de services et de rapidité, et autant d'opportunités aux hôteliers.

OUTILS INTÉGRÉS

L'explosion de l'utilisation du mobile pendant le voyage change radicalement les modes de consommation puisque, où qu'il soit, le client a désormais un accès immédiat à l'information sur la destination. À l'aide d'outils intégrés comme la réalité augmentée ou des applications spécifiques, le client pourra filmer le lieu dans lequel il se trouve et ajouter des photos, vidéos, sons reliés à l'histoire du lieu.

Selon l'étude Amadeus, les agents de voyage traditionnels vont avoir un nouveau rôle : celui d'un agent de confiance, chargé d'orienter le client avant son choix en tenant compte des avis et écrits sur les hôtels recherchés, mais également de l'accompagner en étant son référent pendant son séjour.

V. G.-B.

Menus de légende avec G.H. Mumm

Pour la quatrième année, G.H. Mumm a demandé à dix grands chefs de réinterpréter des menus chargés d'histoire auxquels les vins de la maison au célèbre cordon rouge ont participé. 'Les Menus de légende', version 2012, porteront ainsi sur des repas servis à bord de moyens de transport, véritables palaces sur rail ou mer. Le voyage commence le 17 avril 1884 à bord de l'Orient-Express. Ce soir-là sont servis un potage, des poissons, du filet de bœuf, du poulet du Mans au cresson... Il se poursuit le 20 avril 1912 par le dîner inaugural du paquebot *France*. Un menu long d'une douzaine de plats accompagné en partie par la cuvée G.H. Mumm extra dry, "créée spécialement pour satisfaire le goût des Américains". Autres paquebot et repas de gala, le 20 novembre 1937. Des cuisines du *Normandie* sortent un consommé aux perles du Nizam, un suprême de barbu monégasque, des asperges à l'huile douce, de la poularde... Vins proposés : Cordon rouge très sec, Cordon rouge et Extra dry. La tête dans les nuages, le menu du premier vol commercial New York-Paris, effectué par le Concorde le 23 novembre 1977, se compose d'un médaillon de foie gras frais, d'aiguillettes de caneton Montmorency, de noisette d'agneau... accompagné de Mumm cuvée R. Lalou. Aux commandes de la nouvelle aventure, qui se déroule du 1^{er} au 30 avril : **Thierry Drapeau** (Logis de la Chabotterie, Saint-Sulpice-le-Verdon), **Pierre Gagnaire** (Les Airelles, Courchevel), **Stéphane Gaborieau** (Le Pergolèse, Paris), **Jean-Marie Gautier** (L'Hôtel du Palais, Biarritz), **Jean-Yves Gueho** (L'Atlantide, Nantes), **Christian Le Squer** (Ledoyen, Paris), **Pascal Nibaudeau** (Le Pressoir d'argent, Bordeaux), **Christian Peyre** (La Maison, domaine de Bourmissac, Les Paluds-de-Novés), **Christian Têtedoie** (Têtedoie, Lyon) et **Sylvestre Wahid** (L'Oustau de Baumanière, Baux-de-Provence).

SYLVIE SOUBES

www.ghmumm.com

Les cuvées des 'Menus et transports de légende 2012'

BRUT SÉLECTION



Pour cette nouvelle cuvée (58 % de pinot noir, 42 % de chardonnay) **Didier Mariotti**, chef de cave, a choisi de s'appuyer

sur l'authenticité des cinq grands terroirs classés 100 % grand cru : Avize, Cramant, Ay, Bouzy et Verzenay. Couleur jaune franche, arômes frais et acidulés d'agrumes au nez, bulle fine, attaque puissante, longueur et harmonie en finale.

BLANC DE BLANCS MUMM DE CRAMANT

La première cuvée date de 1882. Celle-ci reflète aujourd'hui la pure tradition champenoise. Ce champagne 'demi-mousse' bénéficie d'un processus d'élaboration original à basse

pression et d'un vieillissement de deux ans et demi. Robe aux reflets verts et jaune tendre, fleurs blanches et fruits frais au nez, beaucoup de minéralité en bouche et une douce effervescence en finale.



BLANC DE NOIRS MUMM DE VERZENAY

Composée entièrement de pinots noirs, cette cuvée est issu d'une seule vignoble, classé grand cru : Verzenay. Faiblement dosé, ce vin repose au moins six ans en cave avant d'être commercialisé.



Cette cuvée n'est produite que dans les plus belles années. Robe soutenue aux reflets d'or, notes de fruits secs au nez, beaucoup de longueur et des arômes de fruits jaunes et de miel en bouche, finale longue et profonde.

CUVÉE R. LALOU 1999

La maison rend ici hommage à **René Lalou**, président de la Maison Mumm de 1920 à 1973. "Seules les parcelles les plus anciennes, les mieux placées, aux caractéristiques les plus affirmées", sont sélectionnées. Robe d'un bel éclat doré, fruits jaunes et blancs au nez, attaque franche en bouche, beaucoup de vivacité, avec une finale droite et très longue.



Rouge ou rosé, sec ou doux

Présent en vallée du Rhône, Provence, Languedoc... la syrah permet d'élaborer des vins de garde comme d'autres plus simples, à consommer rapidement.

PAUL BRUNET

La syrah : un cépage à privilégier

Comme le démontrent des études récentes, la clientèle qui fréquente nos établissements cherche à découvrir de nouveaux vins. Cette découverte se fait de plus en plus à partir du cépage, notamment avec le développement spectaculaire du vin au verre. C'est souvent le cas pour le chardonnay, le sauvignon, le merlot... En revanche, il est un cépage auquel on ne pense pas assez souvent : la syrah. C'est pourtant l'un des six cépages les plus cultivés dans le monde.

OÙ TROUVE-T-ON CE CÉPAGE ?

Présent depuis très longtemps dans la partie nord de la vallée du Rhône, ce cépage s'est lentement propagé dans l'ensemble de la vallée, en Provence et en Languedoc-Roussillon où, contrairement à une opinion très répandue, il est présent depuis longtemps. Mais on le trouve également au nord de la Loire et dans de nombreux pays étrangers, souvent sous le nom de

shiraz (Afrique du Sud, Australie...). Lors du dernier concours des meilleures syrahs du monde, 24 pays ont soumis leurs vins à un jury international. Six pays figurent dans le 'top 10' 2011 : la France, la Suisse, l'Afrique du Sud, l'Italie, l'Australie et la Roumanie.

CARACTÈRES DES VINS

De nombreuses hypothèses ont été émises sur l'origine de la syrah : Perse (en référence à la ville de Shiraz), Syracuse, etc. Mais les analyses ADN les plus récentes ont prouvé que la syrah est indigène à la France. On n'élabore pas seulement des vins rouges de garde à partir de la syrah. Ce cépage se décline en rouge, rosé, tranquille, effervescent, sec ou doux. Comme pour tout cépage, les vins seront différents selon la zone de production (climat, sol...), le rendement, la vinification...

La syrah permet d'élaborer des vins rouges (et quelques rosés) allant des vins parmi les meilleurs du monde avec une

© THINKSTOCK



excellente aptitude au vieillissement (en France : côte rôtie, hermitage, cornas ; en Australie : Grange) aux vins plus simples à consommer rapidement. Ce cépage donne des vins riches en couleur avec des arômes où dominent souvent la violette, le poivre, les épices, la fève de cacao.

CONSERVATION, SERVICE ET ACCORDS

Les côte rôtie, hermitage, cornas... sont des vins de garde qui accompagnent parfaitement l'agneau, le bœuf, le gibier.

La syrah est l'un des six cépages les plus cultivés dans le monde.

Il faut les servir à 17/18 °C. Mais il existe également une foultitude de vins issus de syrah ou élaborés essentiellement à partir de ce cépage qu'il ne faut pas hésiter à proposer au verre. Des AOP : crozes-hermitage, grignan-les-adhémar... ; des IGP (anciens vins de pays) : Pays d'Oc, Collines rhodaniennes, Côtes de Thau... La plupart de ces vins ont une belle intensité aromatique et des tannins harmonieux. Ils accompagnent parfaitement les grillades, les volailles, la plupart des fromages... Il faut les servir entre 14 et 17 °C. (fourchette basse pour les plus jeunes et les plus souples). En période estivale, mais pas seulement, les vins rosés issus de ce cépage sont particulièrement appréciés.

Blog des experts 'Le vin et les vins étrangers' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Charlie Lang aux commandes

Paris (VIII^e) Dans l'enceinte de l'hôtel InterContinental de l'avenue Marceau, le bar M64, à proximité du restaurant du même nom, propose sa nouvelle carte de cocktails.

Cocktails avec paillettes au M64



Charlie Lang présente l'une de ses créations, le Glam 64.

Après l'ouverture du restaurant M64 où officie le chef **Romain Marzet**, la nécessité de renouveler les boissons et créations du bar - qui porte le même nom - s'est fait sentir. "La carte du restaurant ayant évolué, nous souhaitons également que celle du bar change", explique **Manon Vire**, responsable de salle du M64. "Un bar proposant des cocktails est un réel plus pour le restaurant, d'autant que nous organisons également des séminaires jusqu'à 80 personnes, ou des événements

Le Glam 64

- 4 cl de liqueur de fruit de la passion.
- 3 cl de nectar de framboise
- 2 cl de crème d'abricot
- Un zeste de citron vert.
- Parsemer de basilic coupé très fin.

comme le *Havanscope* organisé par le magazine *L'Amateur de cigares*", ajoute **Isabelle Bettan** en charge de la communication du bar. **Charlie Lang**, le directeur du bar, n'a que 25 ans. C'est probablement l'une des explications de l'originalité des cocktails proposés au M64. "J'utilise énormément internet pour mes recherches, explique Charlie Lang, cela me permet de trouver des alcools nouveaux mais aussi des pistes pour mes créations." Avec un BEP d'hôtellerie-restauration et un BTS de communication visuelle, Charlie Lang a profité de ses connaissances pour revisiter le graphisme de la carte. "Dans mes cocktails, j'utilise

parfois des ingrédients qui diffèrent des recettes traditionnelles, comme la liqueur *Hypnotic* qui est une boisson à base de vodka, de jus de fruits exotiques avec une pointe de cognac. De la même manière, je rajoute de temps en temps des paillettes alimentaires dans le cocktail afin de lui donner des reflets brillants." S'inspirant des années 1930, le bar attire aujourd'hui à la fois la clientèle de l'hôtel et des clients loisirs.

A.J.A.

M64 - Hôtel InterContinental
 • 64 avenue Marceau • 75008 Paris
 • Tél. : 01 44 43 36 50
 • www.m64-restaurant.com

Catégories Sparkling et After Dinner

Varsovie (Pologne) Deux recettes aux saveurs florales, réalisées à partir de produits Giffard, ont reçu une médaille d'argent au championnat du monde des cocktails qui se sont déroulés dans la capitale polonaise.

Championnat du monde des cocktails : les saveurs florales ont la cote

- **ROSY SYMPHONIE**
 Catégorie Sparkling, créé par **Branko Leposa**, Slovénie
 • 9 cl de champagne Moët et Chandon Impérial
 • 2 cl de Bombay Sapphire
 • 2 cl de crème de rose Giffard
 • 2 cl de Grand Marnier Cordon rouge
 • 1 cl de Pamp'l'hibiscus Giffard
 • 1 cl de sirop de grenade Giffard



La liqueur Pamp'l'hibiscus de Giffard.

- **KING HIBISCUS**,
 Catégorie After dinner, signé **Nikolaos Mparmpakis**, Grèce
 • 4 cl de Havana Club 7 ans
 • 1 cl de Pamp'l'hibiscus Giffard
 • 1 cl de crème de rose Giffard
 • 2 cl de Fruit smoothie pêche
 • 0,5 cl de jus de citron vert
 • quelques fraises fraîches écrasées

À base de cognac

Cognac (16) Vingt-quatre professionnels se sont interrogés sur les ingrédients à privilégier pour l'élaboration d'un cocktail à base de cognac susceptible de plaire aux femmes ?

Le Lady Cœur, un cocktail pour dames



Au premier plan : **Paul Giraud**, producteur de cognac (gauche) et **Serge Ferron**, patron de l'Essille, en compagnie de deux sommeliers.

Les professionnels charentais ont désormais un cocktail à base de cognac à proposer à leur clientèle féminine. Sous l'égide du Bureau interprofessionnel du cognac, cavistes et barmen locaux ont mis au point le Lady Cœur, présenté dans le bar de l'Essille à Bassac, en compagnie de trois grands viticulteurs de l'aire cognac. Cette présentation était le point final du 5^e International Cognac Summit, qui réunissait, fin janvier, 24 professionnels sur la thématique 'le Cognac au féminin'. La recette se veut simple et originale, sur fond de fruits odoriférants et de fragrances appréciées des amatrices de parfums. "Nous souhaitons démontrer que le cognac est toujours une boisson moderne, assez souple pour s'accorder à tous les goûts et toutes les envies, déclarent

LE LADY CŒUR

Ingrédients

- 4,5 cl de cognac
- 1,5 cl de jus d'orange frais
- 0,75 cl de citron jaune
- 1,5 cl de sirop de sucre
- 2 cl de vermouth rosé.

Progression

- Mélangez vigoureusement puis versez en filtrant dans un verre à martini
- Compléter avec du champagne.
- Saupoudrer de poudre de cannelle.
- Décorer d'un zeste d'orange.

Serge Ferron, patron de l'Essille, et **Paul Giraud**, producteur de cognacs. *Ce n'est pas seulement une boisson d'hommes, ni un digestif désuet, mais un grand produit qui réveille le palais et l'inventivité des créateurs.*

J.-P. G.

Recette

Un cocktail 'après ski' à base de Fine de cognac et de thé

Hennessy lance le cocktail 'après ski' : créé au Shangri-La à Paris, il fait désormais le bonheur des papilles au pied des pistes enneigées. **Yann Filloux** et **Guillaume Leleu** recommandent l'utilisation du thé Earl Grey Royal de la Maison Théodor, pour sa version hivernale. Composé d'un assemblage de thés noirs de Chine et d'Inde, il s'épanouit sur des notes de bergamote florale et citronnées. Son nom : Fine Royal.

Ingrédients

- 50 ml de Hennessy Fine de cognac
- 30 ml de thé Earl Grey Royal
- 5 ml de liqueur de cerise
- 1 cuillère à café de cerise noire
- 10 ml de jus
- 1 goutte d'Aromatic bitter
- Zeste d'orange

Progression

- Mettre les ingrédients dans le shaker.



Hennessy Fine de cognac et thé, pour un cocktail réconfortant.

- Shaker et verser le contenu dans une tasse en verre à l'aide d'une passoire fine.
- Presser le zeste d'orange au dessus du verre et décorer avec une cerise au marasquin.

42 À l'ardoise avec coût de production

À cette saison

CASSOLETTE DE LANGOUSTINES EN NAGE DE PETITS LÉGUMES

LA RECETTE DU CHEF

Marc Galais

Responsable du pôle culinaire TransGourmet

Préparation : 40 min

Cuisson : 30 min

Pour 8 personnes : 40 langoustines (10/20) • 8 carottes fanes • 8 navets fanes • 1 botte de radis • 24 pointes d'asperges vertes • Sel, poivre, beurre, fumet de crustacés, cognac

1 Laver, éplucher les légumes et couper en tranches les radis.

2 Blanchir les légumes séparément.

3 Poêler les langoustines avec un peu de beurre, flamber au cognac et débarrasser.

4 Déglacer le jus de cuisson avec le fumet de crustacés, incorporer les légumes, laisser mijoter à feu doux.

5 Ajouter les langoustines dans la préparation 5 min avant le service et dresser.



ACCORD METS ET VINS

Quel vin proposer avec les langoustines ? L'avis de Paul Brunet, auteur du blog 'Le vin et les vins au restaurant' sur www.lhotellerie-restauration.fr : Sur ce plat qui sent bon la Bretagne, je propose, dans la sélection TransGourmet, un muscadet sèvre-et-main Martinelle. En effet ce vin, issu du cépage melon de bourgogne, offre un bouquet où dominent les fleurs blanches et quelques notes exotiques. En bouche, on apprécie sa fraîcheur et une pointe de minéralité. Tous ces éléments en font le vin idéal pour accompagner cette belle association langoustines/asperges.



C'est la saison

IDÉES PLAT DU JOUR

Les langoustines

- Langoustines à l'Armoricaine
- Salade de queues de langoustines aux pistaches

L'agneau

- Sauté d'agneau aux épices thaï
- Gigot d'agneau en croûte de sel

LE FRUIT DU MOIS

La mangue

Le manguier est un arbre d'Asie et d'Amérique tropicale de la famille des anacardiées pouvant atteindre 25 à 30 m et au feuillage luxuriant. Les fruits, d'un poids variant de 100 g à 1 kg selon les variétés (commercialisés à partir de 250 g), ont une peau coriace, lisse, mince et immangeable. La mangue est charnue avec une pulpe juteuse, douce, sucrée, onctueuse, très parfumée, tendre. Elle possède un noyau ovoïde aplati que l'on ne peut détacher qu'à l'aide d'un couteau. Verte, elle se conservera 2 à 4 semaines, mais à maturité (rouge orangé), il convient de la consommer rapidement car elle se fane vite et devient farineuse. À maturité, elle se conserve deux ou trois jours au réfrigérateur, mais il est préférable de la garder à température ambiante. Pour choisir une mangue, marquer une légère pression ; la chair doit céder légèrement sous les doigts. Attention, la couleur de la peau ne permet pas de reconnaître si le fruit est mûr. Ce fruit se congèle en purée ou cuit en sirop, il est délicieux nature, en compote, en tarte, en sorbet et se marie également très bien en plats sucrés-salés. (Extrait du Blog des Experts 'Le dictionnaire des fruits et légumes' de Frédéric Jaunault, conseiller culinaire chez All Fresh Logistique)



DESSERTS DU JOUR

- Soupe de mangue au miel et sorbet coco
- Gratin de mangue à la crème de noisettes
- Mangue rôtie à la cardamome

Focus

LE RADIS

Plante potagère annuelle à racine comestible de la famille des crucifères, le radis est originaire de l'est de la région méditerranéenne. Il en existe plusieurs variétés : le radis rose, le radis noir, le radis blanc ou oriental (Daikon). En Occident, le radis se consomme surtout cru, nature avec du sel et un peu de beurre frais, ajouté aux salades ou aux sandwiches. En Orient, on préfère le mariner, comme dans le kimchi coréen dégusté en guise de condiment, ou le cuire. À la cuisson, sa saveur rappelle un peu celle des petits navets et peut accommoder soupes, pot-au-feu, omelettes... Lorsque les fanes sont fraîches et tendres, elles s'apprêtent comme l'épinard. On les ajoute aux potages ou purées de pommes de terre. On peut également les sécher et les infuser. Les graines peuvent se consommer germées.



L'AVIS DE LA NUTRITIONNISTE

Marie-Line Perrin
Sprim Box



Le radis est un légume racine vraiment léger : à peine 15 kcal aux 100 g, ce qui le place parmi les aliments les moins énergétiques. Protéines et lipides n'étant présents qu'à l'état de traces, ce sont donc les glucides (2,5 à 3,5 g aux 100 g)

qui apportent l'essentiel des calories. Les radis renferment également des quantités intéressantes de minéraux et d'oligo-éléments, plus particulièrement de la vitamine C : en moyenne 23 mg aux 100 g, soit près de 30 % de l'apport quotidien conseillé pour l'adulte (80 mg). La vitamine C du radis est mieux préservée que dans d'autres légumes. De plus les radis étant pratiquement toujours dégustés crus, ils offrent un apport maximal en vitamine C (il n'y a pas de perte due à la cuisson).

Retrouvez les produits utilisés pour réaliser cette recette sur www.transgourmet.fr



SON AVIS

En France, la langoustine la plus réputée est celle de Guilvinec. Il en existe également une dite jaune ou américaine que l'on trouve en Amérique du Nord prospérant dans des eaux froides, peu profondes et très rocheuses. Elles sont généralement beaucoup plus grosses, et peuvent atteindre jusqu'à 3,5 kg.

AUTRE SUGGESTION

Cette recette se décline en version viande : Pot-au-feu d'agneau en nage de petits légumes

LE CONSEIL TRANSGOURMET

Pour obtenir un plat plus léger et sans alcool, plongez directement les langoustines 8 min dans la préparation.

Coût matière 3,40 € *

Niveau de qualification pour réaliser le plat Moyen

Frais de personnel de production/portion 3,90 € *

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

* Se reporter au blog pour en savoir plus.

Produits & équipements

Nouveautés glacées Davigel : tout pour le plaisir

TIPHAINE CAMPET

Pour ses nouvelles gammes 2012, Davigel joue la carte de la préférence des consommateurs. La Laitière : les glaces Impulsion de cette année répondent particulièrement à leurs envies. Davigel a effectué des tests à l'aveugle pour sonder ses consommateurs en se positionnant face à sa concurrente directe, à savoir Carte d'or. Résultat ? Les produits favoris demeurent les parfums vanille, café, chocolat, caramel beurre salé, framboise, mangue et fruits de la passion de chez La Laitière. La marque a su conserver sa cote de popularité grâce à ses valeurs d'authenticité, de savoir-faire et de générosité. Ses produits se démarquent par un goût intense et une texture particulièrement onctueuse. Celle-ci permet aux restaurateurs d'effectuer de belles boules et de proposer des coupes glacées de qualité, avec une gamme de 40 parfums. Dernière-née, la crème glacée parfum yaourt. La neutralité de ce parfum possède néanmoins la saveur caractéristique du yaourt La Laitière, c'est-à-dire la légère pointe d'acidité du ferment lactique et le crémeux du yaourt. Elle se travaille à la façon des smoothies, en coupe avec des parfums plus marqués (confiture de lait, speculoos, pain



Smoothie glace au yaourt.



Coupe salade de fruits et glace au yaourt



Coupe cerise financier.

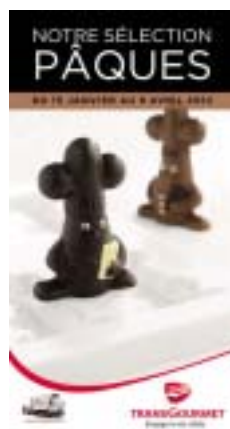
d'épices...) ou une confiture, un dessert gourmand, avec des fruits... Seconde nouveauté La Laitière, la crème glacée financier aux amandes est une glace onctueuse à l'amande avec des morceaux de financier. Elle s'associera parfaitement à des sorbets de fruits rouges, de citron ou encore de glace vanille, de pana, de chocolat... Les glaces Impulsion se diversifient en ciblant les attentes des adultes, des adolescents et des enfants. Ces derniers sont particulièrement gâtés cette année avec un bâtonnet Pirulo Kaktus, toujours basé sur des parfums de jus de fruits mais agrémenté cette fois-ci de pépites à la fraise qui crépitent. Le Pirulo Jungly, véritable jouet à manger, imite une banane qui se pèle

et où tout est comestible : le bâtonnet est une glace vanille recouverte d'un enrobage gélifié (sans gélatine de porc, ni arôme ou colorant artificiel) à la banane. Côté adultes, les cônes sont à l'honneur. L'Extrême au café disparaît et laisse place à un parfum sorbet citrons jaune et vert. Le café se réinvente toutefois du côté du cône Extrême à l'américaine via une saveur Coffee and Cream, bien plus gourmande. Les bâtonnets présentent également une innovation avec le Méga Émotion glacée caramel amande, composé d'une glace vanille, de morceaux d'amandes caramélisées, d'une sauce caramel, le tout enrobé de chocolat au lait.

Mais encore

La famille bio s'agrandit avec les crèmes glacées vanille et chocolat qui pourront venir compléter les sorbets déjà présents. Côté barres glacées, l'offre ado se voit enrichie d'une nouvelle marque inédite, Lion au caramel.

Blog des Experts 'Recettes artistiques et présentations insolites' sur www.lhotellerie-restauration.fr



LES FÊTES DE PÂQUES MISES EN AVANT DANS LE CATALOGUE TRANSGOURMET

TransGourmet propose pour les professionnels de la boulangerie-pâtisserie son nouveau catalogue pour les fêtes de Pâques 2012. Produits originaux et incontournables, accessoires fantaisie et plaisirs gourmands se côtoient dans cette nouvelle édition. Ce catalogue reprend l'intégralité de la gamme de chocolat de couverture, avec une mise en avant des chocolats de la marque Legave. Une sélection de moules fantaisie vient compléter l'ensemble avec trois nouveautés : le lapin, la lapine et le lapin chocolatier. Accessoires, confiserie et friandises sont également au rendez-vous. Dans cette sélection Pâques, TransGourmet offre également à ses clients un kit vitrine Super lapins Cacao Barry pour l'achat de 80 kg de couverture chocolat et/ou praliné. Ce kit est composé d'un moule lapin vitrine 50 cm, de moules sucettes lapin, ainsi que divers éléments de PLV. Valable jusqu'au 9 avril 2012.

www.transgourmet.fr



SUMA REVOFLOW DE DIVERSEY, POUR LE LAVAGE ET LE RINÇAGE

Diversey lance Suma Revoflow, un système de dosage automatique pour le lavage mécanisé de la vaisselle. Il combine un détergent en poudre pour le lavage et un détergent liquide pour le rinçage de la vaisselle. Cette gamme de produits est hautement concentrée et conditionnée en cartouches de 4,5 kg maximum. C'est une solution pour le lavage et le rinçage de la vaisselle pour les restaurants équipés de convoyeurs ou de tunnels de lavage. Son système de dosage permet d'adapter la quantité de détergent en fonction du degré de salissure dans le bain de lavage. Sa gamme de produits détergents en poudre et liquide hautement concentrés permet un résultat de lavage optimal quels que soient la dureté d'eau, le type de vaisselle, le degré et le type de salissure. La gamme comprend deux produits éco-labellisés SWAN pour le lavage et le rinçage de la vaisselle.

www.diversey.com

L'Hôtellerie Restauration

L'hebdô 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 : pccarbillet@lhotellerie-restauration.fr

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

SECRETARIAT DE RÉDACTION
Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

RÉDACTEURS GRAPHISTES
Patricia Delville et Nathalie Hamon

DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ
JEAN-PIERRE LESAGE

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
CHRISTIAN BRUNEAU

CONCEPTION GRAPHIQUE
Claude Veyrac/Richard Kubicz/
Provenances

COMMISSION PARITAIRE
n° 0915 T 79916
Dépôt légal à parution
Diffusion : 64 403 - ISSN 0750 - 3717

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



Presse PRO

Une concertation permanente

Le Gouvernement et les organisations professionnelles ont signé un accord visant à instaurer des échanges réguliers sur l'évolution des métiers et des diplômes.

La profession et l'État signent un accord-cadre sur la formation



Régis Marcon, à droite, donne les clés de la dégustation d'un vin lors de la visite du lycée. Ses élèves : le ministre Luc Chatel et le président de l'Umih, Roland Héguay.

Dans son livre blanc sur l'alternance en restauration, Régis Marcon pointe du doigt la nécessité de rapprocher le monde enseignant du monde professionnel. Mardi 13 mars, le triple étoilé Michelin de Saint-Bonnet-le-Froid, en accueillant le ministre de l'Éducation nationale, Luc Chatel, au lycée Guillaume Tirel (Paris, XIV^e), avouait sa satisfaction. Une nouvelle étape allait être franchie avec la signature d'un accord-cadre entre le Gouvernement et les organisations professionnelles visant à instaurer des échanges réguliers sur l'évolution des métiers et des diplômes. L'idée étant d'améliorer les dispositifs existants et de faire preuve d'innovation. Le challenge est d'autant plus important que la profession affiche "30 % d'employés supplémentaires en dix ans" a rappelé le ministre en précisant qu'il s'agissait ici d'un "défi de qualité et de quantité".

Parce que la filière est porteuse, celle-ci doit imaginer de nouvelles passerelles. Les voies scolaire et professionnelle sont concernées. Cet appel à la

concertation permanente s'adresse, par exemple, aux recteurs et aux représentants régionaux de la branche qui s'engagent à se rencontrer au moins une fois par an pour "analyser la répartition de l'ensemble des formations liées à la filière, y compris les mentions complémentaires". Il porte aussi sur l'accueil des collégiens et des lycéens en entreprise, sur un rapprochement entre les établissements publics locaux d'enseignement et des représentants de la profession en faveur de l'alternance.

Le travail de Régis Marcon acquiert une nouvelle dimension au travers de cette convention qui prend en compte la formation des salariés, des demandeurs d'emploi, l'accompagnement des jeunes ayant décroché du système scolaire. Un volet concerne également la formation des personnels de l'Éducation nationale, qui pourraient bénéficier d'un accueil adapté en entreprise. "Par cette signature, la profession, unie, avec les représentants de tous les types de restauration, s'engage avec l'Éducation nationale à mettre en œuvre toutes ces actions pour aller vers la qualité, qui va de



Lors de la visite du lycée Guillaume Tirel (de gauche à droite) : Laurent Caraux, Chantal Pannelier, proviseur du lycée, Catherine Augereau-Leloup (Groupe Flo), Roland Héguay et Luc Chatel.



Chaque représentant professionnel a signé tour à tour la convention. Ici, Gérard Guy, président de la CPIH, avec Luc Chatel.

"l'orientation, jusqu'à l'intégration dans le monde du travail. C'est le seul moyen pour mieux attirer les jeunes - et les moins jeunes - vers notre secteur et les fidéliser", a conclu Régis Marcon.

Sylvie Soubes

LE LYCÉE GUILLAUME TIREL À L'HONNEUR

Répondant à l'invitation de Luc Chatel, plusieurs personnalités ont assisté à cette signature, précédée d'une visite du lycée professionnel emmenée par Carole Blasco, chef des travaux. Étaient présents notamment : Agnès Vaffier, proviseur du lycée hôtelier de Marseille et présidente de l'Aflyht, Patrick Gérard, recteur de Paris, Roland Héguay, président de l'Umih, Jacques Barré, président du GNC, Gérard Guy, président de la CPIH, Claude Daumas, président de la Fagih, Laurent Caraux, président du SNRTC, Sophie Huberson, déléguée générale du Syndicat national des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, Robert Vidal, vice-président et secrétaire général du Synhorcat, et Gérard Plomion, président du SNRPO.

En direct des Blogs des Experts



Durée de la période d'essai ?

➤ Réagissez sur les derniers messages des Blogs des Experts avec le mot-clé **RTK6246** 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